

Definice stylu: Text pozn. pod čarou:
Odsazení: Vlevo: 0 cm, Předsazení:
0,3 cm

|

Naformátováno: Zarovnat do bloku

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EKONOMICKÉ ŽURNALISTIKY

Inovace a strategie společnosti Apple

Naformátováno: Písmo: 20 b., Tučné

Innovation and Apple's Corporate Strategy

Naformátováno: Písmo: 20 b., Tučné,
Angličtina (Velká Británie)

Student: Kateřina Pomykalová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra ekonomické žurnalistiky

Zadání bakalářské práce

Student: **Kateřina Pomykalová**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa.**
Studijní obor: **7202RU20 Ekonomická žurnalistika**
Téma: **Inovace a strategie společnosti Apple
Innovation and Apple's Corporate Strategy**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Vývoj společnosti Apple
 3. Inovace a strategie společnosti Apple
 4. Vnější řešení problematiky v žurnalistice
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zdrojů
Prohlášení o vyřízení výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

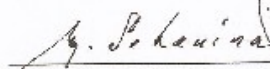
Seznam doporučené odborné literatury:

- GALLU, Cameron. *Tajemství inovací Steve Jobs*. Přeložil Jiří Hůl. Brno: Computer Press, 2011. 312 s.
ISBN 978-80-251-3444-5.
KAHNKEV, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. Brno: Computer Press, 2009. 304 s.
ISBN 978-80-251-2794-0.
KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Toljónová. Brno: Computer Press, 2011. 300 s.
ISBN 978-80-251-2725-6.


Formát, užitelnost a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Gibartí, Ph.D.**

Datum zadání: **25.11.2011**
Datum odevzdání: **11.05.2012**


Doc. PhDr. PaedDr. Milan Sekanina, CSc.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Dana Bláhová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení:

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně.

V Ostravě 7. května 2012

.....

Kateřina Pomykalová

Ráda bych poděkovala Ing. Janě Gibarti, Ph.D. za odborné vedení při psaní této práce.
Velmi si vážím cenných podnětů, připomínek, a času, který mi věnovala.

Obsah

1 Úvod.....	4
2 Vývoj společnosti Apple.....	5
2.1 Život inovátora a spoluzakladatele společnosti Apple Steva Jobse	5
2.2 Počátky společnosti Apple – spolupráce Jobse a Wozniaka	13
2.3 Společnost Apple od zrození Macintoshe	17
3 Inovace a strategie prodeje produktů společnosti Apple	22
3.1 Definice inovace.....	22
3.2 Tajemství inovací společnosti Apple	24
3.3 Definice strategie.....	28
3.4 Strategie prodeje společnosti Apple	29
4 Využití řešené problematiky v médiích	36
4.1 Letem světem Applem.....	36
5 Závěr	46
Seznam použité literatury	47
Seznam zkratk.....	50
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
Seznam příloh	

1 Úvod

Žijeme v době nejmodernějších digitálních technologií. Rok od roku se na trhu objevují nové přístroje a zařízení, které nám usnadňují život a rozšiřují naše obzory či hranice vědění. Jednou ze společností, která tyto inovativní produkty na trh uvádí, je americká firma Apple. Důvodem pro výběr tématu tedy byla jeho aktuálnost a zajímavost. Při zpracování bakalářské práce byly využity především metody, kterými jsou deskripce a dedukce.

Cílem práce je chronologicky popsat vývoj společnosti Apple, vznik produktů této značky a život inovátora a spoluzakladatele firmy Steva Jobse. Dále pak podat ucelený vhled do oblasti strategického managementu ve společnosti Apple a především odkrýt tajemství inovací této společnosti s průlomovým úspěchem.

Bakalářská práce je rozdělena do tří částí. První část je věnována vývoji společnosti Apple. V této části práce je v krátkosti vyličen život inovátora a spoluzakladatele společnosti Apple Steva Jobse. Dále jsou v práci zaznamenány počátky vzniku firmy Apple, tedy prvotní spolupráce zakladatelů – Steva Jobse a Stephena Wozniaka. Je zde popsáno uvedení prvních počítačů Apple I, Apple II a Apple III, vznik grafického rozhraní Xerox PARC a počítače Apple Lisa, až po období zrození počítače Macintosh. V druhé polovině kapitoly je chronologicky popsán vznik dalších produktů společnosti Apple: iMac, Apple Store, iPod, iTunes Store, iPhone a iPad.

Druhá část je věnována inovacím a strategiím prodeje výše uvedených produktů. V úvodní části jsou definovány základní pojmy: inovace a strategie. Hlavní část pak popisuje typy inovací a strategií, které jsou pro společnost Apple charakteristické, i s aplikací na konkrétní příklady.

Třetí část bakalářské práce tvoří využití řešené problematiky v médiích. Kapitola je pojmenována Letem světem Applem a její součástí je úvodní článek o nově otevřené APR prodejně Qstore v Ostravě, anketa zjišťující povědomí obyvatel České republiky o značce Apple, interview se zaměstnancem prodejny APR iStyle a dlouholetým uživatelem produktů Apple Romanem Antes a recenze iPadu nejnovější generace.

Při zpracování bakalářské práce byla využita především odborná literatura a elektronické zdroje. Mezi primárně použité monografie patří díla *Tajemství inovací Steva Jobse* (Carmine Gallo), *Jak myslí Steve Jobs* (Leander Kahney), *Podniková strategie* (Jeremy Kourdi) a kniha *Steve Jobs*, jejímž autorem je Walter Isaacson.

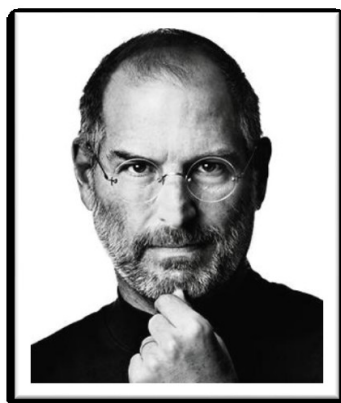
2 Vývoj společnosti Apple

Kdyby nebyl Steve Jobs, nebyla by ani společnost Apple. Proto je v této kapitole ve zkratce popsán život inovátora a spoluzakladatele Steva Jobse a také počátky jeho spolupráce s druhým zakladatelem – Stevem Wozniakem. Právě jejich vzájemná spolupráce položila základy této celosvětově uznávané značky.

2.1 Život inovátora a spoluzakladatele společnosti Apple Steva Jobse

Jobsův životní příběh je poučný i varovný, plný lekcí o inovacích, lidské povaze, vůdcovství a hodnotách.

Obr. 2.1: Steve Jobs



~~Obr. 1: Steve Jobs~~ Zdroj: HAYAT, Al. Steve Jobs is a biological Arab-American with roots in Syria. *YALIBNAN.com* [online]. 28. 2. 2011 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://www.yalibnan.com/2011/02/28/steve-jobs-is-a-biological->

Naformátováno: Titulek, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Předsažení: 1,25 cm

Steve Jobs svou touhou po dokonalosti a pracovním zápalem způsobil revoluci hned v šesti oborech: v osobních počítačích, animovaném filmu, hudbě, mobilních telefonech, minipočítačích a digitálním publikování. V době, kdy se Amerika snažila udržet na špici v inovacích, se Steve Jobs stal díky své nebývalé představitosti a vynalézavosti ikonou. Věděl, že nejlepším způsobem, jak v jednadvacátém století vytvářet hodnoty, je propojit kreativitu a technologie. Vybudoval společnost, která dovedla skloubit kreativitu a fantazii s nejmodernější technikou. Jobs dovedl dohánět lidi kolem sebe k zoufalství i k šílenství. Avšak jeho osobnost a jeho produkty spolu byly nedílně

propojeny, stejně jako jsou v Apple propojeny software a hardware – tvoří spolu integrovaný systém.⁻¹

Dětství

O Jobsovi se ví, že byl adoptovaný, nikdy nepoznal své biologické rodiče. Když se 24. února 1955 narodil, vybraní manželé se rozhodli, že chtějí holčičku, a od adopce couvli. Tak se stalo, že se chlapec nestal synem právníka, ale muže s nedokončeným středním vzděláním a s vášní pro mechaniku a ženy, jež pracovala v knihkupectví. Paul a Clara pojmenovali své dítě Steven Paul Jobs. Podmínkou adopce tehdy bylo, že rodiče zajistí Stevovi studia na vysoké škole. Jobsovi se oficiálně zavázali, že pro syna zřídí spořicí účet, aby měl později na studia dostatek peněz.⁻²

Steve vždy věděl, že je adoptovaný, ze začátku si připadal opuštěný a zvláštní. A právě tyto pojmy se staly součástí toho, čím Jobs byl a jak na sebe pohlížel.⁻³

Dětství, které Paul a Clara Jobsovi připravili svému novému synovi, bylo v mnoha ohledech stereotypem konce padesátých let. Když byly Stevovi dva roky, adoptovali si ještě holčičku Patty a o tři roky později se přestěhovali do rodinného domku na předměstí. Tam se Paul Jobs pokusil synovi svou lásku k mechanice a autům předat. Ukazoval svému synovi podrobnosti designu – linii, ventilaci, chromování, potah vozidel. Každý den po příchodu z práce se převlékl do montérek a odešel do garáže. Steva bral často s sebou. Díky autům pomohl otec Stevovi poprvé nahlédnout do elektroniky.⁻⁴

Jobs časem zjistil, že je chytřejší než jeho rodiče, ale zároveň si uvědomil, že oni to vědí. Paul a Clara Jobsovi byli milující rodiče, a proto byli ochotni zvyknout si na situaci, že mají syna, který je velmi inteligentní – a zároveň velice svéhlavý. Byli ochotni zajít opravdu daleko, aby se mu přizpůsobili, a hýčkali ho, jako by byl něco zvláštního. A tak Jobs vyrůstal nejen s pocitem, že byl kdysi opuštěn, ale také, že je určitým způsobem výjimečný. Právě to hrálo podle něj hlavní roli při formování jeho osobnosti.⁻⁵

¹ myšlenka autora z obálky knihy: ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. 678 s.

² ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 22

³ tamtéž, str. 23

⁴ tamtéž, str. 25

⁵ tamtéž, str. 31

Studium

Období docházky na základní školu bylo rovněž důležitým mezníkem v jeho životě. Jeho výjimečnost a bystrost si kromě jeho rodičů uvědomovali i ostatní. Na konci čtvrté třídy třídní učitelka navrhla, aby Jobs přeskočil dvě třídy, protože ji ze zkoušení vycházelo, že je na úrovni minimálně druhého ročníku střední školy – ve čtvrté třídě základní školy. Jobsovi však tuto drastickou změnu připustit nechtěli, a tak zvolili pouze přestup o jednu třídu výše.⁶

V devátém ročníku přešel Jobs na vyšší střední školu Homestead High, kde byl nasměrován do výzkumného klubu Hewlett-Packard, kde po prvním roce střední školy pracoval. Jobs všeobecně rád pracoval. Za dobu svých studií roznášel noviny a pracoval jako skladník ve skladu elektroniky Haltek.⁷

V této době, zhruba mezi druhým a třetím ročníkem, začal Steve kouřit marihuanu. V posledním ročníku pak přidal i LSD, hašiš a experimentoval i halucinogenními účinky spánkové deprivace. Jobs se tehdy rychle intelektuálně rozvíjel. Byl v rozpacích, které semináře má navštěvovat, neboť byl ovlivněn svými kamarády i drogami. Na jednu stranu ho zajímaly technické předměty, na stranu druhou tíhnul k literatuře a hudbě. Jeden z předmětů, které navštěvoval, byl kurz elektroniky.⁸

Jako student tohoto kurzu se Jobs náhodou seznámil a spřátelil s absolventem vysoké školy, který býval školní legendou pro své znalosti v oboru elektroniky. Stephen Wozniak byl téměř o pět let starší a v elektronice mnohem zkušenější. Ale citově i společensky byl stále na úrovni střední školy. A právě v kurzu elektroniky se zažehl malý plamínek spolupráce Jobse a Wozniaka, tedy budoucí společnosti Apple. „Měli jsme toho tolik společného. Obvykle jsem měl potíže, když jsem lidem vysvětloval, co to vlastně vymyslím, ale Steve to okamžitě pochopil. A líbil se mi. Byl takový hubený, šlachovitý kluk a jen sršel energií,“ vzpomíná Wozniak. Jobse Wozniak také zaujal. „Woz byl první člověk na světě, který toho věděl o elektronice víc než já,“ zhodnotil to jednou. „Hned se mi zalíbil. Já jsem byl na své roky trochu zralejší a on zase byl na svá léta trochu nezralý, a tak jsme se shodli. Woz byl velice inteligentní, ale emocionálně byl na mé úrovni.“⁹

Ještě se ale nedá mluvit o zakládání společnosti Apple, Jobse i Wozniaka čeká dlouhá cesta... viz kapitola 2.1 Počátky společnosti Apple – spolupráce Jobse a Wozniaka.

⁶ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 33

⁷ tamtéž, str. 38

⁸ tamtéž, str. 39

⁹ tamtéž, str. 45

Na konci posledního ročníku střední školy, na jaře 1972, začal Jobs chodit s jemnou dívkou Christann Brennanovou, tíhnoucí k hnutí hippies, ke kterému se on sám také přidal. Jobsovo bláznovství bylo kultivované. Právě začal své celoživotní experimenty s tvrdými dietami – pouze ovoce a zelenina – byl hubený a šlachovitý jako chrt. – V téže době Jobs začala brát LSD a v létě roku 1972 se hned po maturitě odstěhoval s Brennanovou do srubu v kopcích nad Palo Alto. Rodičům řekl jen sbohem.¹⁰

Jak už bylo výše zmíněno, Jobsovi hned po adopci slíbili, že jejich syn půjde na vysokou školu. Tvrdě pracovali a šetřili, a když Steve odmaturoval, dal rodičům ultimátum – buď půjde studovat Reed Collage, soukromou liberální filozofickou fakultu, jednu z nejdražších ve státě, nebo nepůjde nikam. Rodiče tedy neměli na výběr a nakonec jeho přání podlehli.¹¹

Při nástupu na vysokou školu Jobse okouznil zen buddhismus. Jeho zájem o východní spiritualitu a zvláště o zen buddhismus nebyl jen přechodným krokem nebo mladistvým poblouzněním. Přistupoval k němu se svou typickou intenzitou, až se hluboce vtiskl do jeho osobnosti.¹² Jobs spojil vegetariánství a zen buddhismus, meditaci a spiritualitu, drogy a rock. Všechny tyto impulzy, které do sebe vstřebával, byly typickými znaky alternativní studentské kultury té doby.¹³

Jobse však vysoká škola rychle nudila. Rád v Reedu pobýval, ale nechtěl chodit na povinné předměty. Také později přiznal, že mu začalo být líto, že utrácel tolik peněz svých rodičů za vzdělání, které se mu nezdálo být hodnotné.¹⁴ „Pořád jsem neměl představu, co chci se svým životem udělat, a nevěděl jsem, jak by mi škola mohla pomoci to vyřešit. Utrácel jsem tam však veškeré peníze, které mi rodiče spořili po celý život. A tak jsem se rozhodl odejít a věřil jsem, že to všechno nakonec bude k něčemu dobré,“ odůvodnil Steve Jobs. Pravdou je, že mezi to dobré patřily hodiny kaligrafie, které po odchodu ze školy dále navštěvoval. Učil se tady o patkových a bezpatkových písmech, o šířce mezer mezi různými kombinacemi liter a o tom, co dělá z typografie umění. Byl to jen další příklad toho, jak si Jobs vědomě zvolil oblast prolínání umění a technologie. U všech jeho výrobků se technologie snoubí s dokonalým designem, vzhledem, elegancí a lidským přístupem. Absolvování tohoto kurzu se z tohoto pohledu stalo zlomovým. „Kdybych se nepřihlásil na tento předmět, Macintosh by nikdy neměl různé druhy písma ani proporcionálně

¹⁰ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 54

¹¹ tamtéž, str. 55

¹² tamtéž, str. 58

¹³ tamtéž, str. 59

¹⁴ tamtéž, str. 63

vytvořené fonty. A protože Windows prostě jen kopírovaly Mac, je pravděpodobné, že by je neměl žádný osobní počítač,“ konstatoval Jobs.⁻¹⁵

První zaměstnání

V únoru 1974 se Jobs po osmnácti měsících poflakování na Reedu rozhodl, že se vrátí zpět k rodičům a najde si zaměstnání. Jednoho dne tedy vstoupil do vestibulu výrobce veřejných videoher Atari a řekl personálnímu řediteli, že neodejde, dokud mu nedá práci. Nakonec se Jobs díky své odvaze a odhodlání stal jedním z prvních padesáti zaměstnanců v Atari.⁻¹⁶ Hodně se tam naučil. Pomáhal vylepšit některé hry. Zkušenosti z Atari mu pomohly získat vztah k podnikání a designu. Oceňoval jednoduchost a přístupnost her.⁻¹⁷

Časem v sobě ale Jobs našel prázdnotu a chtěl ji zaplnit. Následoval tedy svého guru a vyrazil do Indie, kde nakonec strávil sedm měsíců. Naučil se mnoha základním příkázáním východního náboženství, kterými se pak řídil po celý život, jako například důraz na prajna – moudrost a kognitivní pochopení, které jsou intuitivně vyvolány soustředěním mysli.⁻¹⁸

Na počátku roku 1975 se Jobs vrátil do Atari, kde náhodou zajistil důležitou zakázku svému příteli Wozniakovi. Díky této zakázce společně zavítali do Homebrew Computer Club, kde už se rýsovaly základy počítače Apple I. O rok později Jobs s Wozniakem a často opomíjeným Ronaldem Geraldem Wayne založil společnost Apple.

19

Jobs otcem – počátek změn

V roce 1977 se Jobs odstěhoval od rodičů a společně s přáteli si najal malý předměstský ranč. Později se k Jobsovi přistěhovala i jeho bývalá přítelkyně Christann Brennanová. Ačkoliv Steve dlouho tvrdil, že spolu už nic neměli, narodila se mu 17. května 1978 dcera – pojmenovali ji Lisa Nicol Brennanová. Christan se s holčičkou po porodu odstěhovala, protože Jobs Lisu zavrhl a ještě dlouhou dobu nevěřil, že je opravdu jeho. Až po roce Jobs podstoupil zkoušku otcovství, která prokázala, že pravděpodobnost jeho otcovství je 94,41 %. Steve tedy podepsal dokument uznávající otcovství a platil na Lisu 385 amerických dolarů měsíčně. O mnoho let později měl Jobs

¹⁵ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 64

¹⁶ tamtéž, str. 67

¹⁷ tamtéž, str. 81

¹⁸ tamtéž, str. 74

¹⁹ tamtéž, str. 79

kvůli tomu, jak se zachoval, výčitky svědomí. Byla to jedna z mála věcí v životě, o nichž to přiznal.

Jakmile bylo v této kauze rozhodnuto, Jobs začal provádět ve svém životě i jiné změny – v určitých věcech dospěl, přestal brát drogy, nebyl už tak přísným veganem a netrával všechnen čas na výletech s ostatními přívrženci zenu. Nechával si stříhat vlasy u kadeřníka a kupoval si obleky a košile u známého sanfranciského obchodníka.²⁰

Když firma Apple v roce 1980 vlastnila majetek v hodnotě 1,79 miliard dolarů, Jobs se zcela logicky stal milionářem. Postoj Steva Jobse k bohatství byl předtím i poté, co zbohatl – a vlastně v průběhu celého života zažil, jaké to je být bez peněz i být miliardářem, velice složitý. Začínal jako hippie protestující proti materiálním hodnotám, přesto vydělával na vynálezech svého přítele, který je chtěl dát světu zadarmo. Byl stoupencem zenu a podnikl pout' do Indie, ale potom se rozhodl, že jeho posláním je založit firmu. Přitom to však vypadalo, jako by se tyto jeho protichůdné postoje doplňovaly, spíše než by šly proti sobě.²¹

NeXT, Pixar

V roce 1985 musel Jobs po roztržce s vedením společnosti opustit Apple. Ať se může Jobsův odchod ze společnosti jevit jakkoliv nespravedlivý, byl nakonec tím nejlepším, co jej mohlo potkat. Založil novou společnost NeXT, jejíž výrobky technologicky předčily svou dobu, což se ovšem podepsalo na nemalé ceně výsledných produktů. V NeXTu vyvinul framework pro vývoj webových aplikací. NeXT Software byla roku 1997 odkoupena překvapivě společností Apple a nově získané know-how posloužilo později k vytvoření elektronického obchodu Apple Store, služby MobileME nebo prvního iTunes Store.

Jobsovi byla společnost NeXT málo, a tak zakoupil i malé filmové studio PIXAR, které velmi úspěšně přetvořil na největší filmové animační studio. Společnost se v průběhu let přejmenovala na Pixar Animation Studios a byla zodpovědná za první celovečerní „počítačový“ film Toy Story (1995). Následovaly hity jako Život brouka (1998), Příběh hraček 2 (1999), Příšerky s.r.o. (2001), Hledá se Nemo (2003), Úžasňákovi (2004), Auta (2006), Ratatouille (2007), WALL-E (2008), Up (2009) nebo Příběh hraček 3 (2010).

²⁰ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 122

²¹ tamtéž, str. 140

Několik titulů získalo ocenění Akademie za nejlepší animovaný film. 24. ledna 2006 koupilo studio Walt Disney za 7,4 miliardy Pixar a Steve Jobs se stal členem rady Disney.

Jobs se nakonec v roce 1997 vrátil zpět do společnosti Apple Inc., která byla na pokraji krachu, a vyvedl ji na nejhodnotnější společnost světa.²²

Rodinný život a rakovina

V roce 1991 se šestatřicetiletý Jobs oženil s Laurene Powell, kterou poznal, když přednášel na Stanfordské obchodní škole, kde studovala. Svatbu jim organizoval zenový buddhista Kobun Chino Otogawa. To ukazuje, že Jobsova cesta do Indie a hledání duchovního osvobození nebylo jen bezúčelným kapricem, ale buddhismus jej provázel celým jeho životem.²³

Po svatbě se Jobsovi přestěhovali do nenápadného rohového domu v rodinném předměstí Palo Alto. Mezi jejich sousedy patřil například zakladatel Google Larry Page a zakladatel Facebooku Mack Zuckerberg.²⁴ Postupně se svou manželkou zplodil syna Reeda Paula (1991) a dvě dcery, Erin Sienu (1995) a Eve (1998). S Jobsovy jeden čas bydlela i Stevova první dcera Lisa, která zde strávila čtyři roky, kdy chodila na střední školu v Palo Alto.²⁵

V roce 2004 Jobs oznámil svým zaměstnancům, že mu byl diagnostikován nádor slinivky. Prognózy při léčení rakoviny slinivky jsou obecně slabé, ale Jobs měl to „štěstí“, že mu byl diagnostikován méně agresivní nádor. Jobs prvních 9 měsíců vzdoroval doporučením svého lékaře v nasazení medikamentů a sám užíval alternativní léky a speciální dietu, což se nakonec ukázalo jako neúspěšné. Jobs nikdy nepodstoupil chemoterapii nebo ozařování. Následná operace Jobsovi úspěšně odstranila tumor a zdálo se, že má vyhráno, ale rakovina se nakonec vrátila.

Později Jobs v interní komunikaci Apple prohlásil, že jeho zdravotní problém je podstatně komplexnější, než si původně myslel a ohlásil 6měsíční absenci do konce června 2009, což mu dovolí soustředit se na své zdraví. Jeho zástupcem se stal Tim Cook, a nahradil tak Jobse na pozici generálního ředitele (CEO), ale ponechal Jobsovi možnost

²² KADLEC, M. Odchod Steva Jobse z Apple Computer Inc. *ČeskýMac.cz* [online]. 23. 3. 2012 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.cesky-mac.cz/1985-odchod-steva-jobse-z-apple-computer-inc/>.

²³ ŠTĚFEK, P. Steve Jobs: Život a smrt fenoménu. *SVĚTHARDWARE.cz* [online]. 14. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.svethardware.cz/art_doc-47B1D3D4B32AF30AC12579290001A3B6.html.

²⁴ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 336

²⁵ tamtéž, str. 345

mluvit do strategických rozhodnutí. V dubnu 2009 Jobs podstoupil transplantaci jater u transplantčních expertů v Memphisu. Jobsova prognóza byla velmi dobrá.

V lednu 2011, tedy skoro rok a půl po návratu Jobse do Apple a jeho transplantaci jater, Apple ohlásil, že si Jobs opět vybírá volno ze zdravotních důvodů. Jobs ohlásil svůj celkový odchod z Apple až v srpnu 2011 a v jeho rezignačním dopise se objevila slova „už na své povinnosti a vysoká očekávání Apple nestačím“.²⁶

Steve Jobs zemřel 5. října 2011 na následky rakoviny slinivky ve věku 56 let.

Apple ztratil vizionáře a tvůrčího génia, svět ztratil úžasného člověka. Steve po sobě zanechal společnost, kterou mohl vybudovat pouze on, a jeho duch bude navždy základem společnosti Apple.²⁷

Steve Jobs byl génius. Pochopitelně se nikdy nedozvíme, zda neurony a synapse v jeho mozku fungovaly jinak než v průměrném lidském mozku. Nicméně věhlasní vědci zkoumající tvůrčí schopnosti zjevně souhlasí s tím, že jeden z důvodů, proč byl Jobs schopen vymýšlet jeden nápad za druhým, se shoduje s tím, co vyzkoumali harvardští vědci: tedy se skutečností, že strávil celý svůj život zkoumáním nových a vzájemně souvisejících věcí – umění kaligrafie, meditační techniky, indického ašrámu a dalšího.²⁸ Nepochybně jeho myšlení a tvůrčí schopnosti ovlivnila předešlá zaměstnání, ať ve společnosti Atari, nebo i v garáži jeho otce, kterému jako malý pomáhal s opravami automobilů. Faktorů, které ho v průběhu života ovlivnily, bylo mnoho. Díky bohu za ně.

Závěrem je nutno dodat, že Jobs nikdy nic nedělal pro peníze, nechtěl být po smrti nejbohatším nebožtíkem na hřbitově. Bylo pro něj důležité si říct, když šel večer spát, že udělal něco obdivuhodného. A to opravdu udělal.²⁹

²⁶ ŠTĚFEK, P. Steve Jobs: Život a smrt fenoménu. *SVĚTHARDWARE.cz* [online]. 14. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.svethardware.cz/art_doc-47B1D3D4B32AF30AC12579290001A3B6.html.

²⁷ Tisková zpráva společnosti Apple ze dne 5. 10. 2011. *Apple.com* [online]. 5. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://images.apple.com/cz/pr/library/2011/10/05Apple-Media-Advisory.pdf>.

²⁸ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~ **Brno: Computer** Press, 2011. str. 118

²⁹ tamtéž, str. 43

2.2 Počátky společnosti Apple – spolupráce Jobse a Wozniaka

Blue box (modrá krabička)

Kombinace kanadských žertíků a elektroniky – a eskapáda, jež pomohla založit Apple – začala jednou v neděli odpoledne, když si Wozniak přečetl článek v časopisu Esquire, který jeho matka nechala ležet na kuchyňském stole. Hrdinou onoho článku byl John Draper, hacker známý pod přezdívkou Capitan Crunch (kapitán Křupka), protože objevil, že zvuk vydávaný píšťalkou, kterou přibalovali do krabice cereálií, měl potřebných 2600 hertzů, které se používaly k přepojení hovorů na dálkovou telefonní síť. Tón píšťalky dokázal ošálit telefonní systém, takže umožnil volajícímu uskutečnit dálkový hovor bez poplatků.³⁰ Jakmile se o tom Jobs dověděl, netrvalo dlouho, aby společně s Wozniakem vyrobili digitální verzi tzv. Modré krabičky (Blue Box). Nejdříve ji používali jen na legrácky, ale později se objevil důležitý mezník, který od té doby určoval schéma jejich partnerství: Jobs přišel s myšlenkou, že Modrá krabička by mohla být něčím víc než jen koníčkem. Mohli by jich sestrojít víc a prodávat je. „Kdyby nebylo Modrých krabiček, nebyl by ani Apple“ shrnul to později Jobs.³¹

Apple I

Důležitým momentem v historii Apple však bylo členství obou zakladatelů v Homebrew Computer Club, jak už bylo naznačeno v předchozí části. Jakmile společnými silami vytvořili první počítač Apple I, vystoupili v tomto klubu na pódium se svou prezentací o Apple I. Wozniak zvedl jednu ze svých nových základních desek a popsal mikroprocesor, osmikilobytovou paměť a verzi programovacího jazyka Basic, kterou k tomu napsal. Zdůraznil to, co pokládal za hlavní: „Srozumitelnou klávesnici psacího stroje místo hloupého, nepochopitelného panelu s hromadou světýlek a spínačů.“ Poté byla řada na Jobsovi. Ten poukázal na to, že Apple má zásadní komponenty zabudované uvnitř, na rozdíl od jiných počítačů. A potom nadnesl otázku: Kolik by byli lidé ochotni zaplatit za takový kouzelný přístroj? Snažil se ukázat obdivuhodnou hodnotu Applu. Byla to rétorická chvála výrobku, kterou používal v následujících desetiletích při jakémkoliv představování svého nového produktu.³²

³⁰ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 48

³¹ tamtéž, str. 50

³² tamtéž, str. 94

Montážní dílnou pro výrobu prvních padesáti kusů Apple I se stal dům Jobsových. Každý, kdo byl po ruce, přiložil ruku k dílu: Jobs, Wozniak, přátelé, rodiče a dokonce i Stevova těhotná sestra Patty.⁻³³

První zisk

Po třiceti dnech tvrdé dřiny vykazoval Apple konečně nějaký zisk. Už tehdy začal Woz uvažovat o další verzi tohoto přístroje, proto tehdy ten současný nazvali Apple I. První novinářská zpráva se o jejich novém počítači objevila v červenci roku 1976 ve výtisku Interface, nyní už zaniklém časopise pro zájemce o počítače. Jobs a jeho přátelé počítače ještě stále vyráběli ručně v jeho domě, ale článek o něm mluvil jako o „marketingovém řediteli a bývalém soukromém poradci Atari“. Díky tomu vypadal Apple jako opravdová obchodní společnost.⁻³⁴

Do té doby ale nikdo Jobse jako firmu nevnímal, nicméně on sám sebe ano. Dokonce již ve věku 21 let, kdy Jobs s kamarádem Stevem Wozniakem sestavovali tištěné spoje ve svém pokoji, v kuchyni i garáži domu Paula a Clary Jobsových, vnímal mladý Steve sám sebe jako obchodní značku. Jobs si pronajal poštovní schránku v Palo Alto a tím si zřídil sídlo firmy. Zaplatil si dokonce i telefonní operátory, kteří mu zvedali telefony, aby si zákazníci a prodejci mysleli, že se jedná o regulérní firmu, ne jen o mladíka, který soupeří o kuchyňský stůl s matkou.⁻³⁵

Apple II

Zanedlouho si už Wozniak hrál s prototypem nového počítače, který se měl jmenovat Apple II, s nímž Jobs spojoval naděje, že je posune na vyšší úroveň.⁻³⁶

Z finančních důvodů musel Jobs přistoupit na spolupráci s Mikem Markkulou, který firmě poskytl nemalou finanční pomoc. 3. ledna 1977 vznikla akciová společnost Apple Computer Co. Apple byla nyní skutečná firma s dvanácti zaměstnanci, kreditním stropem a každodenními tlaky, jež přicházely od zákazníků i dodavatelů. Vystěhovali se z Jobsovy garáže do pronajatých prostor na bulváru Stevensena Creeka v Cupertino.⁻³⁷

³³ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 95

³⁴ tamtéž, str. 98

³⁵ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 30

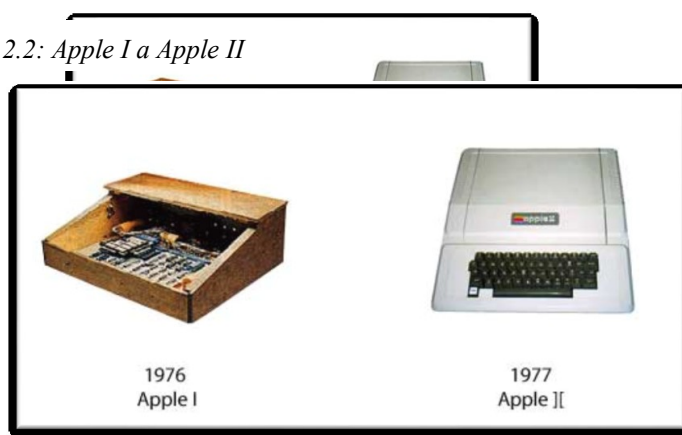
³⁶ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 101

³⁷ tamtéž, str. 112

Moc lidí to ale nezaznamenalo. Právě v tomto měsíci udělal klub Homebrew průzkum u svých členů, kde se zjistilo, že se 181 lidí, kteří vlastní osobní počítače, jich jen šest má Apple. Jobs byl však přesvědčen, že Apple II to všechno změní.³⁸

„Když jsme se společností Apple začínali, postavili jsme první počítač opravdu jen proto, že jsme ho chtěli,“ říká Jobs. „A pak jsme vymysleli ten šílený nový počítač s barevnou obrazovkou a dalšími šikovnými vylepšeními, které znáte jako Apple II. Byli jsme zapálení a chtěli jsme dostat pár počítačů mezi kamarády, aby si s nimi užili stejně jako my.“³⁹

Obr. 2.2: Apple I a Apple II



Zdroj: DERNBACH, Christoph. Apple I and Apple II. *Mac History.net* [online]. 25. 5. 2008 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://www.mac-history.net/computer-history/2008-05-25/apple-i-and-apple-ii>.

V době založení společnosti Apple, tedy 1. dubna 1976, bylo Jobsovi dvacet jedna a Wozniakovi dvacet šest let. Wozniak byl génius přes hardware, technik s čipem v hlavě, ale Jobs vnímal společnost v celkové perspektivě. Díky Jobsově nápadům a propagaci se stal počítač Apple II prvním masově úspěšným počítačem určeným pro běžné spotřebitele.⁴⁰

Představení počítače Apple II bylo naplánováno na stejné datum, jako se konal veletrh počítačů. Jobs určil, že to bude jejich velký start. Měli ukázat světu, že mají senzační počítač a senzační firmu.⁴¹

Naformátováno: Mezera Před: 0 b.

³⁸ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 108

³⁹ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. Brno: Computer Press, 2011. str. 26

⁴⁰ KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. Brno: Computer Press, 2009. str. 14

⁴¹ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 111

Různé modely Apple II byly na trhu ještě dalších šestnáct let. Prodalo se jich skoro šest milionů. Tento produkt pozvedl výrobu osobních počítačů víc než jakýkoliv jiný přístroj. Wozniak si zaslouží historické uznání za design obdivuhodné základní desky a s ní souvisejícího operačního softwaru. Byl to jeden z největších vynálezů učiněných jediným člověkem za celé století. Ale Jobs byl tím, kdo integroval Wozniakovy základní desky do sympaticky vyhlížejícího obalu, který obsahoval vše od elektrického zdroje po elegantní skříňku.⁻⁴²

Apple II dostal firmu z garáže u Jobsů na vrchol nového průmyslového odvětví. Jeho prodej dramaticky vzrostl z 2_500 kusů v roce 1977 na 210_000 kusů v roce 1981. Jobs však nebyl klidný. Apple II nemohl být úspěšný věčně a on věděl, že přestože toho na něm tolik vylepšil, od elektrického kabelu po skříň, bude vždy považován za mistrovské dílo Wozniaka. Potřeboval vlastní přístroj. A co víc, chtěl výrobek, který by – dle jeho slov – udělal díru do kosmu. Nejdříve doufal, že by tuto roli mohl sehrát Apple III. Měl by mít více paměti, obrazovku, která by dokázala zobrazit v úhlopříčce osmdesát znaků, nikoli jen čtyřicet, a dokázala by zobrazit i malá a velká písmena. Jobs využil své vášně pro průmyslový design a zmenšil a vytvaroval vnější skříň. Když se Apple III v květnu 1980 dostal na trh, byl to propadák.⁻⁴³

Tajné projekty Lisa a Xerox PARC

Nato Jobs v Applu zaměstnal dva inženýry z Hewlett-Packard, aby vymysleli zcela nový počítač s názvem Lisa. Ano, počítač pojmenoval po své dceři z neutuchajících výčitek svědomí, jak později přiznal.⁻⁴⁴

Díky tomuto pokusu o zrození nového závodního koně spatřilo světlo světa unikátní grafické uživatelské rozhraní Xerox PARC. Nájezd Applu na toto rozhraní se někdy popisuje jako největší loupež v dějinách průmyslu. Jobs občas tento názor potvrdil – ss hrdostí. „Jde o to, že se snažíte najít to nejlepší, co lidstvo dokázalo, a potom se snažíte vložit ty věci do toho, co právě děláte,“ komentoval jednou. „Vzpomínám si, že Picasso jednou řekl: Dobří umělci kopírují, velcí umělci kradou. A my jsme se nikdy nestyděli krást velké myšlenky.“ Jobs dal také najevo názor, že to, co proběhlo, nebyla loupež ze strany Applu, ale chybná strategie Xeroxu.⁻⁴⁵

⁴² ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 116

⁴³ tamtéž, str. 125

⁴⁴ tamtéž, str. 126

⁴⁵ tamtéž, str. 131

První veřejné obchodování s akcemi

Když se v lednu roku 1977 připojil Mike Markkula k Jobsovi a Wozniakovi, aby vytvořil z jejich volného partnerství Apple Computer Co., cenili si svých akcií na -5 309 amerických dolarů. O necelé čtyři roky později se rozhodli, že je načase začít s nimi veřejně obchodovat. Stalo se z toho největší otevření volného trhu s akcemi nějaké firmy od roku 1956, když začaly být volně dostupné akcie Ford Motors. Akcie Applu byly hned beznadějně vyprodané. Koncem prosince 1980 byl majetek Applu odhadován na 1,79 miliard amerických dolarů.⁴⁶

2.3 Společnost Apple od zrození Macintoshe

Macintosh

Macintosh se začal vyvíjet na konci 70. let. -Jef Raskin, jeden ze zaměstnanců Applu, chtěl vytvořit jednoduchý a cenově dostupný počítač pro průměrného zákazníka. Projekt mu byl odsouhlasen v září 1979, kdy Raskin začal dávat dohromady tým vývojářů. Původně Raskin chtěl, aby se nový počítač jmenoval McIntosh, což byla jeho oblíbená odrůda jablek, ovšem kvůli tomu, že takové pojmenování již měl výrobce audio vybavení McIntosh Labs, musel Apple přijít s alternativním názvem. A tak vznikl Macintosh. Počítač byl během čtyř let vývoje neustále vylepšován, až konečně výrazněji upoutal samotného Steva Jobse. Spoluzakladatel Applu si uvědomil, že Macintosh bude mít na trhu větší úspěch než souběžně vyvíjená Lisa, a tak se začal na Raskinův projekt výrazněji soustředit. Právě Raskin nicméně musel v roce 1981 po neshodách s Jobsem projekt Macintosh opustit a Steve se ujal vedení divize. Výměnou za vlastní akcie pak Jobs vyjednal vypůjčení nástrojů od Xeroxu, který vyvíjel první GUI (grafické uživatelské rozhraní). Právě na technologii Xeroxu a invenci vlastního týmu vystavěl grafické uživatelské rozhraní prvního Macintoshe. Na trh Macintosh uvedla dnes již kultovní reklama parafrázující slavný román 1984 spisovatele George Orwella. Reklamní spot se poprvé vysílal 22. ledna 1984 během 18. finále amerického fotbalu Super Bowl a navždy se zaryl do paměti všech 96 milionům diváků. Dva dny po odvysílání této reklamy vstoupil

⁴⁶ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011 str. 137

Macintosh na pulty obchodů. Prodával se společně s aplikacemi MacWrite a MacPaint, které ukazovaly schopnosti nového rozhraní.⁴⁷

Odchod Steva Jobse

Výpovědi, kterou Jobs doručil 17. 9. 1985, předcházela obrovská zápletky a rozpory ve vedení společnosti. V roce 1980 převzal prezidentské křeslo společnosti Apple Computer Inc. Mike Markkula, kterého lze považovat za prvního opravdového investora společnosti Apple, neboť sám ze svého investoval 250 tisíc amerických dolarů. Tímto činem se stal třetinovým podílníkem v nově vzniklé společnosti Apple Computer Inc., která 3. 1. 1977 koupila původní partnerskou společnost Steva Jobse a Steva Wozniaka, jak už bylo dříve zmíněno. Markkula ve skutečnosti nikdy nechtěl být prezidentem, nechtěl řešit konflikty, či napravovat problémy, které způsobil Jobs svým neurvalým chováním. Aby však mohl Markkula své prezidentské křeslo skutečně opustit, potřeboval za sebe najít náhradu. _Potřeboval velmi dobrého znalce marketingu s mnoha zkušenostmi v reklamě a průzkumu trhu. Někoho, kým byl John Sculley, prezident Pepsi Coly. Byl skutečným mistrem ve svém oboru, a tak není divu, že padl do zájmu Jobse a Markkuly. Z úst Jobse zazněla legendární otázka: “Chceš strávit zbytek života prodejem slazené vody, nebo chceš mít šanci změnit svět?” Sculley si uvědomil, že nemůže odmítnout. Z Jobse a Sculleyho se stali blízcí přátelé, kteří byli duševně spříznění. Ovšem ne na dlouho. Jak se později ukázalo, oba měli rozdílný pohled na svět, na lidi a odlišné hodnoty. _Jejich první konflikt se týkal konečné ceny Macintoshe a následovaly další neshody. Napjaté situace si nemohla nevšimnout správní rada, která se stále více děsila narůstajícího rozruchu, a tak byli Jobs a Sculley pozváni na “kobereček”. Jobs musel opustit vedoucí pozici divize Macintosh, cítil se poškozen, zrazen a opuštěn. Zároveň vycítil vážnost situace, a tak se rozběhl kolotoč přemlouvání, omlouvání, ale i záchvatů zlosti, výbuchů vzteku a pláče. Nakonec sám z Applu odešel a postupně prodal šest a půl milionu akcií společnosti Apple (11% hodnoty společnosti). Ponechal si pouze jednu jedinou, aby se mohl v případě potřeby zúčastnit schůzek akcionářů.⁴⁸

⁴⁷ HOLZMAN, O. Před 28 lety Steve Jobs představil Macintosh. *Jabličkář.cz* [online]. 24. 1. 2012 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://jablickar.cz/pred-28-lety-steve-jobs-predstavil-macintosh/>.

⁴⁸ KADLEC, M. Odchod Steva Jobse z Apple Computer Inc. *ČeskýMac.cz* [online]. 23. 3. 2012 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.cesky-mac.cz/1985-odchod-steva-jobse-z-apple-computer-inc/>.

Apple bez Steva Jobse

Zatímco Jobs založil vlastní společnost NeXT a později i Pixar, Apple se dostal do ztráty a na pokraj zániku. Přivedli ho tam manažeři – bez zřejmé dlouhodobé vize. V druhé polovině 80. let se dalo na Macintoshích dobře vydělávat. Jenže žádná sklizeň netrvá věčně. V Applu spálili miliardy dolarů na vývoj, aniž dokázali přijít s něčím hotovým a dokončeným, co by následovalo po Macintoshích. Těm stále citelněji chyběl také modernější operační systém. Inženýry nikdo doopravdy neusměrňoval. Peníze šly na každý zajímavý projekt, byť sebepošetilejší. Manažeři – se mezitím starali hlavně o mocenské soupeření a o prodejní výsledky. Když se Apple nakonec propadl do ztráty, zdálo se, že už mu není pomoci. Hledal se i kupec, ale nic se nakonec nedojednalo. Naštěstí.⁴⁹

Zvednutí ze dna

V roce 1996 totiž Jobs zase úřadoval v Apple a stal se jeho šéfem, když ze společnosti odešel dosavadní CEO Gil Amelio. Jobs byl formálně jmenován dočasným generálním ředitelem v říjnu 1997. Počátkem roku 1998 řádl v Apple Jobs jako černá ruka a zastavil mnoho rozpracovaných projektů. Většina technologií a produktů společnosti NeXT, které s sebou Jobs „přetáhl“, se v průběhu času přetvořila do produktů Apple, z čehož nejvýznamnější byl asi NeXTSTEP, z něhož se vyvinul Mac OS X uvedený až v roce 2001. Pod Jobsovým vedením se společnost dostala z nejhoršího a zvýšila své prodeje uvedením řady iMac a dalších novinek. Počítač iMac byl uveden současně s PowerBookem G3 – předchůdcem laptopu MacBook – v roce 1998.⁵⁰

Éra „i“ produktů

Společnost Apple se na začátku nového století rychle rozrůstala a své aktivity začala rozšiřovat do jiných odvětví. Mezi hlavní milníky Apple bezesporu uvedení hudebního přehrávače iPod a software iTunes pro přehrávání a iTunes Store pro nákup hudby po internetu. Průlom tedy nastal v oblasti spotřební elektroniky a distribuce hudby. Tyto milníky znamenaly pro Apple další zdroje příjmů a značné posílení vlivu a co bylo hlavní, tak i značné posílení vlivu značky.⁵¹ Prodej iPadu byl zahájen v roce 2001 a o dva

⁴⁹ JANOŠ, M. Je Steve Jobs nahraditelný? *CHIP.cz* [online]. 28. 8. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.chip.cz/clanky/trendy/2011/08/steve-jobs-nahraditelný/article_view?b_start:int=0&-C=.

⁵⁰ ŠTĚFEK, P. Steve Jobs: Život a smrt fenoménu. *SVĚTHARDWARE.cz* [online]. 14. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.svethardware.cz/art_doc-47B1D3D4B32AF30AC12579290001A3B6.html.

⁵¹ Tamtéž.

roky později pak spuštěn hudební obchod iTunes Store. Společnost Apple však neusnula na vavřínech a v průběhu dalších let uváděla na trh další generace tolik oblíbeného iPodu: iPod Video – později přejmenován na iPod Classic (2002), iPod Mini (2004), iPod Nano (2005), iPod Shuffle (2005) a iPod Touch (2007).⁵²

Od posledního typu iPodu pak zbýval jen kousek k vytvoření unikátního produktu, který spojuje funkce mobilního telefonu s digitálním fotoaparátem, multimediálního přehrávače a zařízení pro mobilní komunikaci s internetem, navíc s dotykovým ovládáním. Od roku 2008 se iPhone stal i kapesní herní konzolí. Jeho prodej byl zahájen koncem června 2007 a do konce roku 2010 se iPhoneů prodalo přes devadesát milionů.⁵³

Na počátku nového století prodeje počítačů iMac, přehrávačů iPod a telefonů iPhone rostly a Apple pokořoval v tržbách jeden rekord za druhým. V lednu roku 2010 měl Apple prodáno již 250 milionů iPodů, ovládal více než 70 % trhu s MP3 přehrávači a ovlivnil to, jak se lidé dostávají k hudbě, jak za ni platí a jak ji poslouchají. Společnost zvýšila svůj podíl na trhu s počítači na 10 %, i když její prodejní ceny značně převyšovaly ostatní počítačové trhy. Počet obchodů společnosti Apple se rozrostl na 280 s přibližně padesáti miliony návštěvníků za čtvrt roku. Během pouhého roku a půl od uvedení obchodu s aplikacemi, 10. července 2010, došlo ke stažení tří miliard aplikací pro iPhone a iPod Touch. Apple, který začal fungovat 1. dubna 1976, se rozrostl na společnost o hodnotě padesáti miliard amerických dolarů.⁵⁴

Společnost Apple nepřestala šokovat a v lednu roku 2010 přišla s opravdu revolučním zařízením: iPadem. Dotykový tablet spojuje téměř všechny doposud uvedené produkty od Applu. Při představení produktu Steve Jobs ukázal na obrazovku, na níž byl iPhone, laptop a mezi nimi velký otazník. „Otázka zní: je zde místo na něco mezi?“ řekl. To „něco mezi“ umí prohlížet internetový obsah, spravovat elektronickou poštu, fotografie, ovládat video, hudbu, hry i „číst“ elektronické knihy. Skrze iPad lze dělat video hovory a využívat nespočet užitečných a zábavných aplikací. Dosud Apple uvedl tři generace tohoto zařízení, neustále zlepšuje display, software i vnější parametry.⁵⁵

⁵² BINDER, P. iPod a jeho historie. *Jabličkář.cz* [online]. 25. 9. 2010 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://jablickar.cz/historie-ipodu/>.

⁵³ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 573.

⁵⁴ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~ Brno: Computer Press, 2011. str. 21

⁵⁵ ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 594.

Společnost Apple ke dni 24. ledna 2012 zveřejnila finanční výsledky za první čtvrtletí svého fiskálního roku 2012, které trvalo 14 týdnů a skončilo 31. prosince 2011. Společnost vykázala rekordní čtvrtletní tržby ve výši 46,33 miliardy dolarů a rekordní čistý čtvrtletní zisk 13,06 miliardy dolarů. Společnost za čtvrtletí prodala 37,04 milionu telefonů iPhone, což představuje 128procentní jednotkový nárůst proti stejnému čtvrtletí předchozího roku. iPadů prodal Apple za toto čtvrtletí 15,43 milionu, což představuje 111procentní jednotkový nárůst proti stejnému čtvrtletí předchozího roku. Počítačů Mac prodala společnost za toto čtvrtletí 5,2 milionu, což je 26procentní jednotkový nárůst proti stejnému čtvrtletí předchozího roku. iPodů prodal Apple 15,4 milionu, což představuje 21procentní jednotkový pokles proti stejnému čtvrtletí předchozího roku.

Společnost Apple je tvůrcem počítačů Mac, nejlepších osobních počítačů na světě, a softwaru OS X a profesionálních aplikací. Apple je se svými přehrávači iPod a online obchodem iTunes lídrem revoluce digitální hudby. Společnost Apple od základu změnila mobilní telefon revolučním přístrojem iPhone a obchodem App Store a iPadem definuje budoucnost mobilních multimediálních a počítačových zařízení.⁵⁶

⁵⁶ Tisková zpráva společnosti Apple ze dne 24. 1. 2012. *Apple.com* [online]. 24. 1. 2012 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://images.apple.com/cz/pr/library/2012/01/24Apple-Reports-First-Quarter-Results.pdf>.

3 Inovace a strategie prodeje produktů společnosti Apple

3.1 Definice inovace

Definice a významů slova *inovace* existují desítky, možná i stovky. Na inovaci lze pohlížet z mnoha pohledů, a tak není divu, že každá může být svým způsobem správná a pravdivá. Pro větší porozumění pojmu inovace je zde uvedeno několik vysvětlení toho, co jí je a není.

Slovo inovace může vyvolat představu spontánního, nepředvídatelného a neovladatelného procesu.⁵⁷

Inovace hrají velkou roli ve strategiích organizace, které se chtějí posunout na novou, lepší pozici, díky které se zvýší jejich ziskovost a hodnota. Týká se produktů nebo služeb, které nabízejí, nebo způsobu, jakým jsou organizované a jakým fungují.⁵⁸

Inovace je procesem realizace myšlenek, nápadů a změn. Přestavuje zvláštní druh změny, a to záměrné, nové a prospěšné.⁵⁹

Inovace je člověkem cíleně navrhovaná změna, týkající se výrobků (uvedení nových nebo významně vylepšených do výroby a na trh), výrobních postupů (procesů), organizace práce a výroby (nové organizační řešení strukturálního významu) a metod řízení používaných poprvé alespoň na úrovni podniku.⁶⁰ Pojem inovace ve svém užším pojetí, které se používá jako definice inovace ve statistickém šetření o inovacích (CIS – Community Innovation Survey), je zaměřen na pět inovačních typů:

1. **Produktová inovace:** Jde o zavedení zboží nebo služeb nových nebo významně zlepšených s ohledem na jejich charakteristiky nebo zamýšlené užití. To zahrnuje významná zlepšení v technických specifikacích, komponentech a materiálech, software, uživatelské vstřícnosti nebo jiných funkčních charakteristikách.
2. **Procesní inovace:** Představuje zavedení nové nebo významně zlepšené produkce anebo dodavatelských metod. To zahrnuje významné změny v technice, zařízení a/nebo softwaru.
3. **Marketingová inovace:** Představuje zavedení nové marketingové metody obsahující významné změny v designu produktu nebo balení, umístění produktu,

Naformátováno: Odsazení: Vlevo: 0,63 cm, Předsazení: 0,63 cm

⁵⁷ KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 159

⁵⁸ tamtéž, str. 151

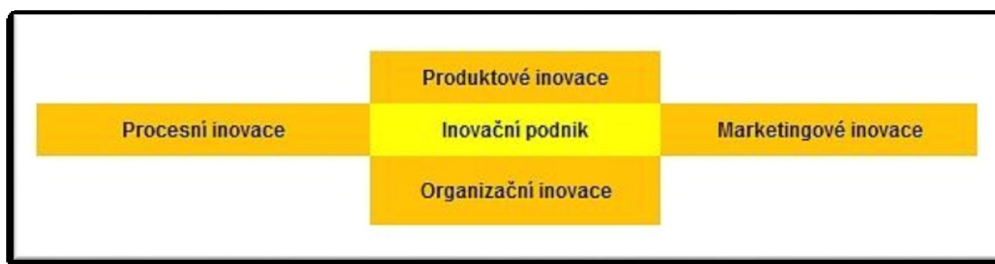
⁵⁹ FRANKOVÁ, Emilie. *Kreativita a inovace v organizaci*. Praha: Grada Publishing, 2011. str. 172

⁶⁰ TESAŘOVÁ Hana. Umíte poznat hodnotu a potenciál inovace a inovačního prostředí? *INOVACE.CZ* [online]. 19. 7. 2008 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.inovace.cz/novinky/528-umite-poznat-hodnotu-a-potencial-inovace-a-inovacniho-prostredi>.

podpoře produktu či ocenění. Marketingové inovace se zaměřují na lepší adresování potřeb zákazníka, otevření nových trhů, nebo nové umístění podnikového produktu na trh, s cílem zvýšit své prodeje.

4. **Organizační inovace:** Představuje zavedení nové organizační metody v podnikových obchodních praktikách, organizaci pracovního místa nebo externích vztazích.
5. **Inovační podnik:** Podle aktualizované metodiky Eurostatu z roku 2010 se za inovační/inovující/ podniky považují ty podniky, které v uvedeném období buď zavedly produktovou inovaci nebo procesní inovaci nebo měly probíhající nebo přerušené inovační aktivity (technické inovace), anebo zavedly marketingovou nebo organizační inovaci (netechnické inovace.) Počínaje šetřením CIS 2008 byly netechnické inovace zrovnoprávněny s technickými inovacemi.⁶¹

Obr. 3.1: 5 hlavních inovačních typů



Zdroj: 5 hlavních inovačních typů. *CzechInno.cz* [online]. [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://www.czechinno.cz/inovace/definice-inovace/5-hlavnich-inovacnich-typu.aspx>.

Naformátováno: Normální, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Předsazení: 1,24 cm,
Mezera Před: 18 b., Za: 18 b.

Inovace je něčím, co dělají běžní lidé denně proto, aby mohli žít jedinečným životem. Jsou to lidé, kteří přetransformovali celé společnosti, komunity i životy tím, že inovují stejně jako Steve Jobs.⁶²

„Inovace je obšírný koncept“ tvrdí ekonom Tapan Munroe, PhD. „Existuje inovace s malým i a inovace s velkým I. Mezi ty druhé patří například vznik Internetu, spalovací motor a čárkový kód. Inovací jsou však i menší, postupná vylepšení, která nám usnadňují

⁶¹ 5 hlavních inovačních typů. *CzechInno.cz* [online]. [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://www.czechinno.cz/inovace/definice-inovace/5-hlavnich-inovacnich-typu.aspx>.

⁶² GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~ Brno: Computer Press, 2011. str. 14

život a pomáhají malým firmám růst a vylepšovat výrobky i produktivitu“. Takovéto malé inovace se objevují každý den a všem usnadňují život.⁶³

Inovace se často zaplétá s vynalézáním. Oba aspekty se sice doplňují, ale jsou odlišné. Vynalézat znamená vymýšlet, vytvářet a vyrábět nové výrobky a postupy. Inovace začíná u kreativních nápadů, které se nakonec stávají vynálezy, službami, postupy a metodami. Ne každý může být vynálezcem, ovšem všichni můžeme být inovátory.⁶⁴

Steve Jobs nevynalezl osobní počítač nebo MP3 přehrávač, ovšem přesto tato zařízení uvedením výrobků Mac a iPod inovoval.⁶⁵

Většina knih a studií věnujících se tématu inovace se zaměřuje na tajuplné teorie, způsoby a techniky. Při studiu života a výrobků Steva Jobse, nejzajímavějšího inovátora na světě, dochází ke zjištění, že pokrok spouští něco, co se nachází v každém z nás – vášně. Vášně se však v manažerských studijních oborech neučí, protože není kvantifikovatelná – nepasuje příliš dobře do tabulky v Excelu. Bez vášně ale nebude nových myšlenek.⁶⁶

Jednou větou: „Inovace je nový způsob práce, který má za následek pozitivní změnu. Usnadňuje život.“⁶⁷

3.2 Tajemství inovací společnosti Apple

Někdejší zaměstnanec firmy Apple a propagátor počítače Mac Guy Kawasaki říká, že objevit tajemství inovace mu trvalo dvacet let. K inovaci, jak zjistil, dochází, když se rozhodnete, že „něco dokážete“. To znamená, že chcete zlepšit svět. Apple změnil svět, protože si předsevzal učinit lidi tvořivějšími a produktivnějšími.⁶⁸

Vyhledávač Google při zadání jména Steve Jobs a slova inovace vyhledá přes 2,7 milionů odkazů. Při stejném hledání, avšak se jménem „Walt Disney“ to je 1,5 ~~milionů~~ milionů odkazů a se jménem „Henry Ford“ pak jen něco přes 1 ~~milion~~ milion odkazů.⁶⁹

Z toho vyplývá, že společnost Apple je vysoce váženým inovátorem, jde o globální podnik, který je na špici ve svém odvětví a stabilně využívá nové technologie k výrobě

⁶³ tamtéž, str. 12

⁶⁴ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~ Brno: Computer Press, 2011. str. 14

⁶⁵ tamtéž, str. 75

⁶⁶ tamtéž, str. 43

⁶⁷ tamtéž, str. 11

⁶⁸ tamtéž, str. 82

⁶⁹ tamtéž, str. 20

charakteristických, populárních a ziskových produktů, a to především proto, že volí přístup dát svým zákazníkům to, o čem ještě nevědí, že to chtějí.⁻⁷⁰

Apple je ikona a opravdu vzácný podnik, technologická značka, která nejen dokáže vyvolávat ve svých zákaznících opravdovou vášeň, ale také se mu poté, co v roce 1997 málem zkrachoval, podařilo vrátit zpět na výsluní. Slavný tvůrce počítače Mac znovuobjevil sebe sama, stal se z něj výrobce spotřební elektroniky, především přístrojů iPod, iPhone a v neposlední řadě iPad. Apple je stabilně hodnocen jako jedna z nejvíce inovativních společností na světě.⁻⁷¹

Počátek inovací společnosti Apple se většinou zrodil v hlavě Steva Jobse, ale bez týmu schopných lidí by to nešlo. Apple má tisíce motivovaných zaměstnanců – nadšenců, kteří místo slov „to nezvládneme“ říkají „ještě nevíme, jak to uděláme, ale přijdeme na to“. Steve Jobs si tento přístup budovat již od začátku.⁻⁷²

Lidé se nechávají inspirovat vizí, vyšším cílem, která dává jejich životům smysl. Jobs byl v artikulování tohoto vyššího cíle vždy mistrem.⁻⁷³

Kladení otázek

Ve společnosti Apple je důležité kladení otázek. Inovátoři rádi pokoušejí stávající status quo. Výzkumníci zjistili, že úspěšní inovátoři tráví neuvěřitelné množství času přemýšlením o tom, jak by mohli změnit svět. Při přemýšlení si kladou konkrétní otázky typu: „Co by se stalo, kdybychom to udělali?“ Nebýt otázek, na něž se ptal Steve Jobs, společnost Apple by zřejmě nikdy nedala vzniknout iPadu. Kdyby se svého týmu ptal „Jak bychom mohli vyrobit lepší elektronickou čtečku pro iPhone?“, nikdy by nepřišla řeč na nové zařízení. „Proč neexistuje něco mezi přenosným počítačem a chytrým telefonem? Nezkusíme nějaké vymyslet?“ Tyto otázky podnítily diskuzi. Takové zařízení totiž muselo být v některých ohledech, například při prohlížení webových stránek, prohlížení a sdílení fotografií a při čtení elektronických knih, lepší než přenosný počítač i chytrý telefon. Otázky vedly k vývoji nejinovátorštějšího zařízení společnosti Apple od dob iPhoneu, výrobku, který měl potenciál přinést do světa publikování, zábavy a médií revoluci.⁻⁷⁴

⁷⁰KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 153

⁷¹KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 153

⁷²GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 98

⁷³tamtéž, str. 110

⁷⁴tamtéž, str. 132

Experimentování

Úspěšní inovátoři se pouští do „aktivního experimentování“, ať už se jedná o intelektuální objevování či o hledání nového prostředí. Steve Jobs byl experimentátor tělem i duší. Tělem proto, že rád rozebíral různá zařízení, aby viděl, jak fungují. Vnitřek zařízení ho ale zajímal stejně jako vnějšek. Současně však byl i duchovním experimentátorem. Málokdo o tom ví, ale Jobsovy duchovní experimenty byly ve skutečnosti inspirací mnohých raných inovací společnosti Apple. Jobs byl kupříkladu přesvědčen, že by počítač Apple II neměl mít zdroj chlazený větráčkem. Domníval se, že spotřebiteli bude mnohem více imponovat tichý počítač. Jobsovo přesvědčení přitom vycházelo z jeho zaujetí pro meditaci.⁷⁵

„Nápady se nedostavují při pohledu do budoucna, nýbrž při nahlížení do minulosti,“ uvedl Steve Jobs na promoční řeči ve Stanfordu. „Takže musíte věřit, že se nápad v budoucnu zrodí. Musíte něčemu věřit – intuici, osudu, životu, karmě nebo čemukoliv jinému. Mě tenhle přístup ještě nikdy nezklamal a vždy mi byl přínosem.“⁷⁶

Tvůrčí asociace

Myšlenka vytváření tvůrčích asociací prostřednictvím vyhledávání nových zkušeností stojí za bližší ohledání, protože hraje velmi důležitou roli v tom, jak Steve Jobs přicházel se stále dalšími a dalšími novými výrobky. Jobs byl klasickým obrazoborcem.⁷⁷

Po zhlédnutí starých fotografií počítačů Apple I a Apple II si lze všimnout, že se sobě navzájem nepodobají. První počítač obsahuje desku s plošnými spoji s přibližně šedesáti čipy. Začal se prodávat v červenci roku 1976, tři měsíce poté, co se Jobs s Wozem dohodli, že spolu začnou podnikat. Počítač Apple I se prodával jako skládačka určená především pro kutily, kteří si na desku s plošnými spoji připojili jednotlivé části a sestavili si funkční počítač sami. „Normální člověk“ by z něj byl jen zmatený a podrážděný. Počítač Apple II uvedla firma o rok později. Byl to právě tento počítač, který společnosti udělal jméno a nastartoval dlouhou a napínavou cestu, v jejímž průběhu se z Jobse stala celosvětově známá ikona. Apple II byl nejúspěšnější počítač své doby. Snadno se používal, měl barevnou obrazovku, integrovanou klávesnici, osm volných interních slotů

⁷⁵ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~
Press, 2011. str. 133

⁷⁶ tamtéž, str. 139

⁷⁷ tamtéž, str. 122

a jedinečnou plastovou skříň. Příběh počítačové skříně je klasickým případem „asociací“, kdy se Jobs rozhodl po inspiraci poohlédnout mimo počítačový průmysl.⁷⁸

Apple II musel vypadat lépe a domáctěji než ostatní počítače té doby, musel vypadat spíše jako kuchyňské zařízení a méně jako něco z kutilovy garáže. Steve Jobs si vytvářel tolik asociací, že se Applu daří inovovat design počítače po všech stránkách, až po napájecí kabel. Adaptér, přes nějž se přenosný počítač připojuje k elektrické síti, se nazývá MagSafe. Je to magnet, který spojuje počítač s napájecím kabelem. Mnozí uživatelé se ocitli v situaci, kdy se jim noha zapletla do napájecího kabelu a už jen sledovali, jak se jejich počítač s rachotem poroučí k zemi. MagSafe takovéto situaci díky magnetu předchází. Apple tento nápad „ukradl“ u Japonců. Respektive Jobs vytvořil asociaci mezi dvěma v podstatě nesouvisejícími věcmi, vařiči rýže a počítači. Japonské vařiče rýže se po celá léta vyrábí s magnetickými západkami jen proto, aby se předešlo rozliti.⁷⁹ Když se systém MagSafe v roce 2006 zavedl u MacBooků, diskuze na fórech přetékalý poznámkami nadšených zákazníků, kteří byli přesvědčeni, že se jedná o tu nejlepší inovaci, která se objevila za hodně dlouhou dobu. Nebyl to nový nápad. Novinka se objevila, protože si Apple spojil něco, na co žádný z jeho konkurentů nepomyslel.⁸⁰

Za zmínku stojí i příběh Steva Jobse a jablečného sadu v All One Farm. Jeho mysl si spojila dvě slova, která spolu nijak nesouvisí – jablko (apple) a počítač. Vnuknutí přišlo několik set kilometrů od Jobsova „pracovního“ prostředí, v té době garáže jeho rodičů. Někteří skeptici tvrdí, že společnost potřebovala techničtější název, jenž by zněl formálněji. Tito skeptici pochopitelně nevnímali stejně jako Steve Jobs. Šlo pouze o to, aby se povědomí o počítačích zjemnilo, a stalo se tak pro lidi přitažlivějším. Co může být jednoduššího a přístupnějšího než jablko?⁸¹ Slovo „jablko“ okamžitě navozuje pocit přátelství, pohody a prostoty. Daří se mu být trochu nekonvenční a přitom obyčejné jako kousek koláče. Byl v tom náznak alternativní kultury, zemitosti či návratu zpět k přírodě, a přesto nemohlo být nic více americké.⁸² Klíč k jinému uvažování tedy spočívá v odlišném vnímání očima průkopníka.⁸³

⁷⁸ tamtéž, str. 118

⁷⁹ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~
Press, 2011. str. 121

⁸⁰ tamtéž, str. 122

⁸¹ tamtéž, str. 123

⁸² ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. Praha: Práh, 2011. str. 91

⁸³ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~
Press, 2011. str. 123

S inovacemi od společnosti Apple se lze setkat každý den. Nemusíme si ani zakoupit počítač Mac, ale můžeme ve svém počítači aktualizovat systém na verzi Windows⁷. Při jeho uvedení se dostalo vedoucímu skupiny Microsoft jisté popularity, když oznámil, že se nový operační systém inspiroval operačním systémem OS X od společnosti Apple. Microsoft zeštíhlil kód, aby se systém zjednodušil, zefektivnil a aby byl stabilnější – přesně jako to dělá Apple. Vedoucí skupiny navíc řekl, že se Microsoft se svým operačním systémem Windows⁷ pokouší vytvořit grafické prostředí podobné tomu, jaké mají počítače Mac. Ať už tedy pracujeme na počítači Mac či PC, novinky od společnosti Apple jsou všude kolem vás.⁸⁴

3.3 Definice strategie

Pojmu *strategie* se přisuzuje různý význam. Ponecháme-li stranou rozšíření pojmu do řady odvětví daleko od oblasti vojenství, odkud pojem strategie pochází, musíme konstatovat, že neexistuje shoda na tom, co vlastně strategie je.⁸⁵

Zato velmi jednoduše i jednoznačně vyznívá citát známého amerického podnikatele Jacka Welche: „Strategie znamená jasně zvolit způsob, jak konkurovat.“

Podnikové strategie jsou plány, volby a rozhodnutí použité k tomu, aby dovedly společnost k větší ziskovosti a úspěchu. Proces tvorby a zavádění strategie dává manažerům příležitost pochopit své zákazníky i svou konkurenci. Základem spolehlivé strategie je totiž také porozumění vlastním zákazníkům. Toto porozumění je dynamické – společnost dokáže vyvíjet své produkty a svůj přístup ve shodě s měnícími se preferencemi zákazníků.⁸⁶

Strategie podniku poskytuje vůdčí pohled na budoucnost, který ovlivňuje rozhodování, priority a způsoby práce zaměstnanců. Lidé mají rádi práci, která je smysluplná a má svůj účel. Strategie by měla tento smysl a účel poskytovat.⁸⁷ Strategie ale nebude úspěšná, pokud nebude poskytovat výhody zákazníkům. Ti jsou totiž tím nejdůležitějším. Klíčovou složkou strategie tedy je, jak lépe zapůsobit na zákazníky.⁸⁸

⁸⁴ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 23

⁸⁵ LUDVÍK J, MORAVEC L. Co je to strategie? Konceptualizace pojmu a model pro využití v bezpečnostní strategii ČR. Defence&Strategy.eu [online]. 15._6._2011 [cit. 25._4._2012]. Dostupný z: <http://www.defenceandstrategy.eu/cs/aktualni-cislo-1-2011/clanky/co-je-to-strategie-konceptualizace-pojmu-a-model-pro-vyuziti-v-bezpecnostni-strategii-cr.html>.

⁸⁶ KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 7

⁸⁷ tamtéž, str. 8

⁸⁸ tamtéž, str. 9

I když je důležité vědět, co to je strategie a proč je důležitá, je také užitečné si uvědomit, co strategie není. Povaha strategie je totiž poněkud nejasná. Strategie není:

- **Vize** nebo programové prohlášení podniku typu: „naše strategie je být vedoucím poskytovatelem/zaměstnavatelem“. To ale neříká nic o tom, kam podnik směřuje, ani o tom, jak se chce rozvíjet.
- **Cíl**, rozpočtový ani obchodní plán. Strategie není cíl typu: „máme v úmyslu být jedničkou“. To je přinejlepším pouhá touha. Strategie také není rozpočtový ani obchodní plán, i když tyto prvky mohou přispět k tomu, jak se strategie zavádí.
- **Analýzy dat**. Až příliš často se stává, že analýza dat vede ke strategii, zatímco v ideálním případě by se nejprve měla učinit strategická volba, která by byla pomocí analýzy dat dále zkoumána a upřesňována.⁸⁹

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Východiskem pro tvorbu strategie je inovační politika, právě ta je realizována taktikou, která naplňuje strategii.⁹⁰

3.4 Strategie prodeje společnosti Apple

Dle názoru autorky této práce, založeném na vlastní zkušenosti a jejím vnímání firmy, je za hlavní strategie společnosti Apple považováno následující:

- **Jednoduchost** – v jednoduchosti je krása, firma Apple se nesnažila vyrobit například iPod a iPhone jako první na trhu, nýbrž chtěla jako první vymyslet produkty, které budou zákazníci fascinovat svou jednoduchostí – elegantním designem a intuitivním ovládáním.
- **Porozumění zákazníkům** – společnost Apple předem vždy ví, že zákazníkům nebude stačit dosavadní verze produktu, a tak už má v zásobě další novinku. Některé generace produktů se od sebe příliš neliší, většinou zesílí hardwarové vybavení a pravidelně se mění operační systém, který nabízí nové možnosti. Přesto, nebo spíše právě proto, zákazníci přiměje k nákupu nejnovějšího výrobku.
- **Reklama** – snad žádná firma nedělá kolem svých nových produktů takové „haló“ jako Apple. Několikrát do roka, vždy když na trh vejde nový produkt, firma Apple na tzv. Apple Media Event pořádá „keynote“ (prezentaci, konferenci) s cílem ohromit potenciální zákazníky a přimět je k nákupu. Tuto konferenci sledují nejen diváci v přednáškovém sále, ale i miliony nadšenců online.

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Naformátováno: Písmo: Tučné, Bez podtržení, Barva písma: Automatická

⁸⁹ KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 11

⁹⁰ DYTRT, Zdeněk. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing, 2006. str. 27

Některé ze strategií, kterými se řídí společnost Apple, jsou založeny na předvídání toho, co stávající i potenciální zákazníci budou chtít. Jen málo z těch, kteří si koupili iPod, se domáhalo moderního, stylového způsobu nakupování, stahování a přehrávání hudby před tím, než byl uveden na trh. Apple místo toho dokázal spojit vývoj v oblastech softwaru, designu, internetu a miniaturizace počítačových čipů s porozuměním tomu, co by se lidem mohlo líbit, a přišel s překvapivým výrobkem, který si získal ohromnou popularitu. Tento přístup je u firmy Apple známý také jako **síťová inovace** – jde o proces, kdy se dobré nápady získávají zevnitř podniku i zvnějšku.⁹¹ Týdeník The Economist označil v říjnu roku 2007 Apple za: „Organizátora a integrátora technologií, jenž se nebojí přijít s myšlenkami zvnějšku, ale vždy jim přidá něco z vlastní originality.“⁹²

Inovační strategie: „Digitální hub“

Strategie „digitálního hubu“ je možná to nejdůležitější, co kdy Jobs ve svém proslovu představil. Myšlenka, která se dnes zdá až samozřejmá, měla dalekosáhlé důsledky pro takřka veškerou činnost Applu. Dokládá, jak může dodržování jednoduché, dobře zformulované zásady úspěšně nasměrovat firemní strategii a ovlivňovat vše od vývoje produktů po vnitřní rozvržení obchodů.⁹³

Mnoho lidí z oboru má obavy, že PC zaniká. Podle Jobse však počítače nestojí před zánikem, nýbrž na počátku své třetí velké éry. První zlatý věk počítačů, věk produktivity, začal okolo roku 1980 a trval téměř 15 let. V polovině 90. let se pak otevřel druhý zlatý věk, éru Internetu. Nyní počítač vstupuje do třetí velké éry: do věku digitálního životního stylu, charakteristického boomem digitálních zařízení. Vždyť téměř každý z nás vlastní DVD přehrávač, MP3 přehrávač, mobilní telefon a digitální fotoaparát. Nejdůležitější podle Jobse je, že počítač není na okraji tohoto digitálního trendu, ale naopak přímo v jeho středu. Počítač je jakýsi „digitální hub“, centrální dokovací stanice (úschovna aplikací) pro všechna digitální zařízení. Propojení s počítačem každý z přístrojů vylepší: z počítače lze nahrát hudbu do MP3 přehrávače nebo v něm sestříhat video natočené digitální kamerou.⁹⁴

⁹¹ KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. str. 153

⁹² tamtéž, str. 7

⁹³ KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2009. str. 177

⁹⁴ tamtéž, str. 178

Flexibilní myšlení

Apple býval silně proprietárně zaměřený, prosazoval vlastní technologie a vyhýbal se oborovým standardům. Během prvních let používala společnost nestandardní technologie takřka všude. Klávesnice, myši i monitory měly odlišné konektory. Apple je však dnes mnohem flexibilnější a praktičtější. Obecně používá maximum standardních komponentů a typů spojení, jako je rozhraní USB či procesory Intel. Jedním z příkladů je i Jobsovo rozhodnutí otevřít iPod pro platformu Windows. Přitom byl přehrávač navržen výhradně pro Mac. Jobs jej chtěl použít jako návnadu na „lov“ uživatelů Windows s myšlenkou, že se pro ně stane motivací k přechodu na Mac. Z počátku se tato vize u vedení Apple nesetkala s úspěchem, ale nakonec se vedení shodlo, že dát uživatelům Windows okusit technologie Apple bude mít „haló efekt“ – a ten se nakonec konal.⁹⁵

Revoluční reklama

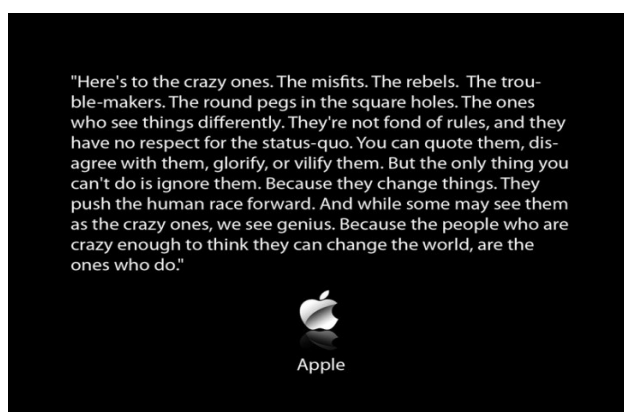
V září roku 1997 byla spuštěna reklamní kampaň s názvem „Myslete jinak“ (Think Different). Dostalo se jí chvály od kritiky, nastartovala rozsáhlý kult a až do roku 2002 byla středobodem reklamních aktivit společnosti Apple, a to je na reklamní kampaň firemního image věčnost. V předchozích jedenácti letech, kdy u kormidla nestál Steve Jobs, ztratila společnost své postavení průkopníka. Vrátit firmě dřívější image trvalo jen několik vteřin. Televizní reklama byla veleúspěšná, protože zaměstnancům společnosti Apple připomněla, kdo jsou jejich zákazníci, a v zákaznících posílila vědomí, že spolupracují se značkou, která rozumí jejich představám a snům. Televizní reklamy, které byly součástí kampaně „Myslete jinak“, se nazývaly šílenými. Byla to jedna z nejinnovativnějších reklamních kampaní své doby. V televizním spotu se objevila černobílá koláž hrdinů, myslitelů, vynálezců a rebelů: Albert Einstein kouřící dýmku, Bob Dylan hrající na harmoniku, Martin Luther King jr. při svém proslovu I have a dream (Mám sen), Richard Branson s lahví šampaňského, tančící Martha Grahamová a malující Picasso. Zatímco se na obrazu mýjely inspirativní obrazy, četl na pozadí herec Richard Dreyfuss báseň ve volném verši, která, i když ji nenapsal Steve Jobs, odrážela jeho důvěru v ducha objevů.⁹⁶

⁹⁵ KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2009. str. 189

⁹⁶ Slogan kampaně v českém znění: „Přijíme si na šílence, na ty, kteří se neumějí přizpůsobit. Na rebely. Na potížisty. Na ty, kteří neumí zapadnout. Na ty, kteří vidí svět jinak. Nejsou přátelé pravidel. Nedůvěřují zavedenému pořádku. Můžete je citovat, nesouhlasit s nimi, vynášet je do nebes i pomlouvat. Nikdy je však nemůžeme přehlížet. Protože to oni mění svět. To oni posouvají lidský rod kupředu. A i když v nich někteří

Steve Jobs: „Veškerý účel kampaně „Myslete jinak“ byl postaven na skutečnosti, že lidé, zaměstnanci nevyjímaje, zapomněli, co společnost Apple představuje. Dlouho jsme zvažovali, jak lidem sdělit, co máme v plánu, jaké máme hodnoty, a zjistili jsme, že když někoho moc dobře neznáme, můžeme se zeptat: „Koho považujete za hrdiny?“ Z odpovědi

Obr. 3.2: Reklamní kampaň Think different



Zdroj: OLIVO, Marco. Think different campaign. *Marco Olivo.net* [online]. 9. 4. 2011 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://olivo.net/2011/04/think-different-campaign/>.

se o lidech dozvíte mnohé. Takže jsme si řekli“ „Dobrá, řekneme lidem, koho za hrdiny považujeme my.“⁹⁷

Steve Jobs své zákazníky znal tak dobře, že dokázal vyrobit dobrý produkt i bez fokusních skupin (anglicky focus group, tedy kvalitativní výzkum formou moderovaných skupinových diskuzí). Nepovažoval je za směrodatné. Současně neprováděl nijak široký průzkum trhu ani nenajímal konzultanty.⁹⁸

Když společnost Apple v roce 2001 uváděla na trh iPod, nechtěla rozpoutat revoluci, nýbrž ulevit zákazníkům. 23. října roku 2001 představil Steve Jobs první iPod se slovy: „1 000 písní, které se vejdou do kapsy“. Dle jeho slov se jednalo o kvantový skok, protože si posluchači mohli s sebou do kapsy vzít celou svou hudební knihovnu. Do nového iPadu společnost Apple začlenila i technologii FireWire, která umožnila 30x rychlejší přenos dat do přehrávače. Měl samozřejmě i další klady, jako například

spatřují šílence, my v nich vidíme génie. Protože svět mění ti, kteří jsou dostatečně šílení na to, aby si mysleli, že svět změnit dokáží.“

⁹⁷ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 148

⁹⁸ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 151

ovládací kolečko usnadňující navigaci, vydržel na baterii hrát deset hodin, byl malý a měl i další klasické designové prvky, s nimiž je ovládání zařízení Apple snazší. iPod byl zkrátka zdaleka nejlepším digitálním hudebním přehrávačem.⁹⁹

Technologický průlom přišel až o dva roky později s uvedením obchodu iTunes Music Store. 28. dubna roku 2003 změnil Steve Jobs naše chápání toho, co znamená obstarávání hudby a její příjemný poslech. Kdyby Jobs pouze naslouchal svým zákazníkům, nikdy by se nedozvěděl, že chtějí za hudbu platit. Musel změnit to, jak zákazníci o poslechu hudby smýšleli. Proč se tento systém tak šíří? Protože neexistuje žádná alternativa, která by stála za to.¹⁰⁰

Bohatství společnosti Apple se začalo rozšiřovat po příchodu obchodu iTunes Music Store, nikoliv po uvedení iPadu. Ten byl sice impozantní inovací, přesto však pouze jen dalším krokem. Hudební obchod zažehl revoluci. Dnes zabírá obchod iTunes Store více než sedmdesát procent celého legálního online trhu s digitální hudbou na celém světě, a ze společnosti Apple tak činí největšího prodejce hudby.¹⁰¹

Prodejny

Neobyčejně úspěšné maloobchodní prodejny společnosti Apple jsou neobvyklým, avšak výmluvným příkladem strategie, pravda i inovace, Applu v praxi. Obchody tvoří velký – a posilující – kus byznysu Applu a hrají klíčovou roli v comebacku společnosti. K růstu prodejen docházelo současně s obrovským posilováním iPodu. Zákazníci zamířili do prodejen seznámit se s iPodem, zdrželi se a pohráli si i s počítači Mac – a prodeje obojího stoupaly.¹⁰²

Nemalou roli hraje i vzhled prodejny a její zaměstnanci. Prodejny připomínají luxusní butiky s oblečením. Jsou elegantní, jednoduché a stylové, prodávají životní styl, nikoli krabice se zbožím. Zákazník tu necítí tlak na svou peněženku, personál je přátelský a ochotný. Celý rozdíl je v obsluze. V obchodech Apple mohou zákazníci najít útočiště, pohlédnout si s přístroji a bez pocitu viny zase odejít – naprosto se nepodobají nepříjemně osvětleným a hlučným prodejnám velkých řetězců s elektronikou. Nepřiskočí žádný agresivní prodáváč, který zákazníky tlačí k nákupu drahého příslušenství a nepotřebných prodloužených záruk, jak tomu často jinde bývá. Při zakoupení přístroje prodáváč vysvětlí,

⁹⁹ tamtéž, str. 154

¹⁰⁰ tamtéž, str. 156

¹⁰¹ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 158

¹⁰² KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2009. str. 193

jak jej používat a dokonce jej zákazníkovi nastaví na míru – zdarma. Prodejny jsou mimořádně vytížené, většinou bývají až přeplněné a jakmile Apple otevírá nový obchod, utáboří se před ním fanoušci už předchozí večer.¹⁰³ V České republice však situace nebývá až tak dramatická, nicméně dlouhé fronty před prodejnou při zavedení nového produktu jsou ráno v den uvedení běžné, jak sama autorka několikrát zažila.

Předpona „i“

Když společnost Apple začala tuto předponu v roce 1999 používat u iMacu, tvrdila, že ono „i“ označuje Internet, protože uživatelé počítače iMac stačili pouze dva kroky k připojení na Internet. Dnes se ale předpona používá u tak široké škály produktů – od iPhoneu po software iMovie – že už nedává valný smysl. Někteří ji interpretují jako anglické zájmeno pro první osobu, ukazující na osobní charakter produktů Apple.¹⁰⁴ Jak to tedy ve skutečnosti bylo? Není tato předpona strategickým krokem společnosti Apple? Odpověď nebyla nalezena v žádném médiu, nezbývá než spekulovat.

Většinu strategií, které jsou pro společnost Apple charakteristické, lze závěrem shrnout do následujících bodů:

- **Vyvolání úžasu** – každá Jobsova prezentace došla do okamžiku, který v posluchačích zanechal pocit nadšení, úžasu. Tyto momenty si chystal Jobs dopředu coby doprovod snímků, webových stránek společnosti, tiskových zpráv i reklam.
- **Pravidlo tří** – pravidlo tří je při psaní jednou z nejmocnějších zásad. Lidská mysl si dokáže zapamatovat pouze tři až čtyři informace. Jobs si byl tohoto principu vědom, jeho prezentace byly často rozděleny do tří částí. Na výstavě Macworld v roce 2007 představil „tři revoluční výrobky“: MP3 přehrávač, telefon a internetový komunikátor. Poté co všechny tři „produkty“ uvedl, přistoupil k velkému odhalení – všechny tři byly zabaleny v jediném výrobku – v iPhoneu. Pravidlo tří přešlo do okamžiku úžasu.
- **Antagonistický konflikt** – každé drama má svého hrdinu a padoucha. Steve Jobs byl mistrem dramatu. Jeho postupy lze zpětně sledovat až do roku 1984, kdy uváděl počítač Macintosh a nastínil, že se firma IBM snaží o světovou nadvládu. Řekl, že společnost Apple je tím jediným, kdo bude IBM stát v cestě. Publikum se rádo

Naformátováno: Odsazení: Vlevo: 0,63 cm, Před saz ení: 0,63 cm

¹⁰³ tamtéž, str. 195

¹⁰⁴ KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. ~~Bmo :- Computer~~ Bmo: Computer Press, 2009. str. 222

semkne kolem hrdiny. Typické jsou i proslulé půlminutové reklamy „Ahoj, já jsem Mac – a já jsem PC“.

- **Dominance obrazu** – prezentace společnosti Apple jsou výhradně prosté a vizuální. Na snímcích, které Jobs užíval, lze nalézt velice málo textu a vůbec žádné odrážky. Publikum si lépe vzpomene na to, co je doprovázeno textem i ~~obrazem~~. Zbytečné údaje odvádí pozornost od ~~sdělení~~. Tento princip psychologové nazývají „dominance obrazu“.
- **Titulky jako na Twitter** – firma Apple svým zákazníkům usnadňuje rozmluvy o ~~výrobci~~ – společnost si sama vymýšlí jednoduché a stručné titulky: Co je Macbook Air? „Nejtenčí notebook na světě.“
- **Prodávat sny, ne výrobky** – Steve Jobs byl vášnivě oddán zlepšování světa a tuto vášeň bylo vidět v každé jeho prezentaci. Jobs při uvádění iPodu v roce 2001 řekl, že hudba přetváří a že Apple svým nepatrným způsobem mění svět. Tam, kde většina pozorovatelů viděla hudební přehrávač, viděl Jobs příležitost zlepšit zákazníkům život. V tom je společnost Apple odlišná od ostatních firem, které produkty pouze prodávají.¹⁰⁵

¹⁰⁵ GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~Brno: Computer Press, 2011. str. 278

4 Využití řešené problematiky v médiích

Následující kapitola nese název Letem světem Applem, tentýž nese i internetový magazín o společnosti Apple a jejích produktech. Tvoří ji úvodní článek, anketa, interview a recenze. Úvodník je určen pro tištěné médium působící v ostravském regionu, například Moravskoslezský deník. Ostatní žánry jsou vytvořeny pro typ odbornějšího média, například pro už zmíněný internetový magazín nebo pro tištěný dvouměsíčník SuperApple.

4.1 Letem světem Applem

ÚVODNÍ ČLÁNEK

iStyle má v Ostravě nevlastní sestru

Donedávna byla prodejna iStyle, která nabízí produkty značky Apple, jediná v Moravskoslezském kraji. Od konce března letošního roku však obyvatelé Ostravy a okolních měst mohou „jablíčka“ nakupovat i v nově vzniklém obchodním centru Forum Nová Karolina přímo v centru metropole, a to v prodejně s názvem Qstore.

Ačkoliv mají obě prodejny odlišné názvy, mají společné to, že nabízejí produkty legálně jménem společnosti Apple, k odlišení používají zkratku APR – Apple Premium



Zdroj: <http://superapple.cz/2012/03/prave-dnes-dostane-ostrava-novou-apple-prodejnu/>

Reseller. Drobné rozdíly mezi obchody lze nalézt především v rozměrech a nábytkovém vybavení. V obou prodejnách můžeme zakoupit stejné zboží, zaměstnanci v Avionu i v Nové Karolině poskytují stejné služby i informace. Proč se tedy v našem kraji objevila další APR prodejna, když zájem o její produkty není až tak velký, jako v jiných, především západních zemích? „*Předpokládám, že v Karolině se budou prodávat stejné výrobky, tak bych řekl, že to bude kvůli flexibilitě, aby se k těm Apple*

výrobkům snáze dostali i lidi z centra. Navíc Karolína je čerstvé maso, skvělé lákadlo, do kterého zajde více lidí, než do starého Avionu, a to včetně turistů“ vyjádřil se student z Ostravy Jan Pozdíšek.

Naformátováno: Doleva, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Před saz ení: 0,7 cm,
Mez era Před: 0 b., Za: 0 b.,
Řádková ní: jednoduché

Prodejce iStyle APR Roman Antes však oponuje: „Nemyslím si, že by nová prodejna byla pro zákazníky atraktivnější či lépe dostupnější. Naše prodejna má v Ostravě své čestné místo, vracejí se k nám stálí a spokojení zákazníci, kteří nemají potřebu vyhledávat jiné místo k nákupu produktů značky Apple. Není ani tak důležitý prodej a tržby, jako spíš zákaznický servis a ostatní služby. Je možné, že noví potenciální zákazníci, kteří nové obchodní centrum navštíví, budou se službami nové prodejny Qstore spokojeni.“ Nová konkurence je na trhu velmi důležitá, nabízí se nám možnost výběru, která tady doposud nebyla. Navíc prodejen počítačů a –spotřební elektroniky jiných značek je v našem regionu nespočet, proč by tomu mělo být jinak u značky Apple? „Kdyby neexistovala konkurence, neměli bychom potřebu zlepšovat náš servis. Každopádně sám za sebe vnímám příchod nového konkurenta na ostravský trh jako velký krok kupředu, vždyť například v Praze je APR a AAR (Apple Authorized Reseller) prodejen hned jedenáct,“ uzavírá Roman Antes. Jen čas ukáže, jak si nová sestra povede a zda si také vytvoří svůj okruh stálých a spokojených zákazníků.



Zdroj:

[http://www.ostrava.avionshoppingpark.cz/
cs-cz/store-locator/istyle](http://www.ostrava.avionshoppingpark.cz/cs-cz/store-locator/istyle)

Naformátováno: Doleva, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Předšazení: 0,7 cm,
Mezera Před: 0 b., Za: 0 b.,
Řádkování: jednoduché

Naformátováno: Standardní písmo
odstavce, Písmo: 12 b.

ANKETA

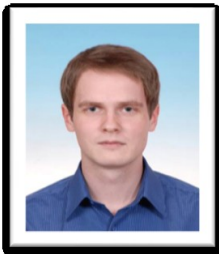
Značka Apple pronikla na český trh už před několika lety, dosud se ale na našem území netěší příliš velkému úspěchu. Co vlastně Češi o této značce vědí? Co se jim v souvislosti se společností Apple vybaví? Respondentů různého věku, pohlaví a povolání jsme se zeptali na následující otázky:

1. Co se Vám vybaví pod značkou Apple?
2. Jste vlastníkem nějakého zařízení této značky? Pokud ano, tak jakého a jakou máte zkušenost s tímto zařízením?
3. Čím si myslíte, že se tato značka odlišuje od ostatních?
4. Vzpomenete si na nějaké jméno spojené se společností Apple?

|

Naformátováno: Mezera Za: 0 b.

David Halfar – student, 24 let



1. Jablko, výpočetní a komunikační technika, hlavně ale počítače.
2. Nejsem.
3. Myslím, že je jedním z předních inovátorů v oblasti IT a komunikace.
4. Steve Jobs.

Lenka Hřivová – fotografka, 23 let



1. Nakousnuté jablíčko, hezky designované, bílé nebo černé vymoženosti se spoustou možností a aplikací.
2. Jsem vlastníkem Apple iPhone 3G a zkušenost s ním mám velmi dobrou, už bych si to bez žádného "applu" nedokázala asi představit!
3. Myslím si, že se odlišuje samotným nápadem a podstatou. A hlavně také vzhledem.
4. Rozhodně Steve Jobs.

Tomáš Kíka – fitness trenér, 24 let



1. Předražená, ale stylová značka. A inovace.
2. Nejsem vlastníkem.
3. Odlišuje se nápady, zpracováním a cenou.
4. Steve Jobs.

Hana Kurillová – učitelka, 47 let



1. Kvalita a zajímavý design.
2. Bohužel ne, ale přišla jsem do styku s telefonem a dotykovým tabletem značky Apple.
3. Jednoznačně se odlišuje svým vzhledem a možnostmi použití. I když mnohé značky už její design i vlastnosti kopírují.
4. Vybavuje se mi Steve Jobs.

|

Matěj Pashek – student, 22 let



1. Kvalita.
2. Mám iPod, iPad, iPhone a MacBook Air, zkušenost mám jen tu nejlepší, jsem naprosto spokojený a do ničeho jiného už bych nešel!
3. Kvalitou, přístupem a celkovým servisem.
4. Steve Jobs.

Naformátováno: Normální, Mezera Za: 10 b., Řádkování: Násobky 1,15 ř., vzorek: Žádný

René Souček – hudebník, 39 let



1. Samozřejmě nakousnuté jablko..., iPhone nebo iPod.
2. Ve studiu máme nahrávací zařízení a synthetizátor zn. Akai, který má převodník na iPod a využívá software od Apple, jinak osobně nic nevlastním.
3. Propracovaným marketingem.
4. Steve Jobs, spoluzakladatel Apple, který bohužel vloni zesnul.

Foto: osobní zdroje respondentů

INTERVIEW

Roman Antes: Karta se rychle obrací

Naformátováno: Písmo: není Tučné

Naformátováno: zarovnání na střed

Roman Antes je zaměstnancem společnosti iStyle Apple Premium Reseller. Působí zde jako prodejce a lektor. Pro mnohé zákazníky představuje jakéhosi guru, což ale on sám o sobě netvrdí. Jak říká, jeho práce je jeho koníčkem. Za svých studentských let zastával funkci prezidenta studentského klubu iKnow, v rámci kterého přednášel o produktech a operačních systémech společnosti Apple na Vysoké škole báňské – Technické univerzitě Ostrava a na Ostravské univerzitě.

On sám je víceletým uživatelem operačního systému Mac OS X a vlastní i několik certifikátů společnosti Apple. Do sítě maloobchodního prodeje této značky se ale dostal až letos. Splnil si tak svůj sen.

Naformátováno: Zarovnat do bloku, Odsazení: První řádek: 1,27 cm, Mezera Za: 0 b., Řádkování: 1,5 řádku

Jak jste se k Apple dostal?

Začalo to asi před pěti lety, kdy jsem si koupil svůj první přehrávač hudby iPod. Byl naprosto výjimečný a technologii, kterou nabízel, dosud nenabízí žádná jiná značka. Přehrávač nemá žádná tlačítka ani display. Vlastně je ani nepotřebuje. On se mnou totiž mluví. Pomocí jediného tlačítka na kabelu sluchátek mohu ovládat celý iPod, „ptát se“ na název písničky, alba nebo seznamu stop. Navíc jsem si jej koupil z první výplaty z brigády v McDonald's a radost pak byla o to větší. Za pár měsíců jsem skončil u laptopu MacBook Pro. Šetřil jsem na něj opravdu dlouho a byl poměrně drahý, ale dodnes koupě nelituju. Poté jsem si postupně pořizoval další produkty a sám jsem si dál prohluboval znalosti o této značce.



Zdroj: autorka

Naformátováno: Mezera Před: 0 b.,
Za: 0 b., Řádkování: jednoduché

Produktů této značky máte nespočet, čím vás přiměly k nákupu?

Stejně jako většinu zákazníků Apple, první dojem na mě udělal design. Poté jsem ale začal přicházet na to, že filozofie ovládání je docela jiná, než na co jsem byl zvyklý. Vše bylo jednodušší, a i když mi něco na první pohled nedávalo smysl, za pár dní jsem to rozlouskl. Z osobní zkušenosti tedy můžu říct, že každý design, tlačítko, funkce nebo absence čehokoliv jiného, má vždy svůj dobrý důvod.

V čem si tedy myslíte, že spočívá inovace Apple?

Víte, cítím, že Apple je vždy ne o krok, ale o sto kroků napřed od konkurence. Vlastně ani o konkurenci neuvažuji, protože ve svém segmentu ani žádnou nemá. Mac, iPod, iPad nebo iPhone bude už vždy jen jeden. Konkurence se jim může přiblížit, ale vždy jim chybí to podstatné: vytvořit produkt, který dává smysl. Vytvořit počítač, který se po rozbalení stane mým sluhou a ne pánem. Nejde ani tak o revoluční technologie, jaké Apple po celou dobu své existence vypouští a považuje je za běžné (jako první na světě představil počítačovou myš nebo USB konektor), ale i o to, jakým stylem je předává zákazníkům. Produkt prostě funguje a uživatelům je jedno jak. Nezajímá je to, protože se s ním cítí pohodlně.

Jaké výrobky se ve vaší prodejně těší největší oblibě? Co se nejvíce prodává, o co mají lidé největší zájem?

Momentálně je to určitě iPad. Jedno z dalších revolučních zařízení, které dalo světu jiný pohled na technologie. Je opravdu kouzelný a rozumí si s ním lidé v kategorii od 0 do 100 let. iPad se stal tak populárním, protože Apple představil tablet, který je lehký, tenký jako časopis, má dlouhou výdrž a hlavně se snadno používá. V tomto ohledu byl Apple zase první. iPad je na trhu tři roky, má za sebou už tři generace a dodnes se mu nikdo ani nevyrovnal, ačkoliv je jeho laciných kopií mnoho.

Myslíte si, že veškeré produkty Apple mohou využívat obě pohlaví a bez rozdílu věku?

Rozhodně ano. To je to, o čem jsem před chvílí mluvil. Apple je doslova posedlý snadností užívání svých produktů. Neplatí to jen u iPadu, ale i u počítačů a dalších zařízení. Uživatelé jsou okouzlení už při otvírání krabičky a tento moment setrvává i při užívání produktů.

Proč podle vás Češi nekupují výrobky značky Apple v takové míře, jako je tomu v jiných, především západních zemích?

Prioritní je určitě cena. Lidé v naší zemi byli (někteří možná ještě jsou) zvyklí krást hudbu, software a sestavit si počítač sami. Jenže tím nejen porušují zákon, ale přidávají si více starostí. Software je třeba stáhnout, prolomit jeho ochranu, počítač je třeba sestavit, zapojit kabely, nainstalovat operační systém, nainstalovat antivirový program, shánět ovladače pro tiskárny a webkamery. Mac stačí vybalit, zapojit do elektřiny a můžete ihned pracovat. To je hlavní důvod, proč se karta rychle obrací. Lidé už nechtějí mít navíc starosti s počítačem. Nechtějí se o něj starat. Lidé si raději zaplatí za komfort a chtějí být bez starostí. Není to „rozmazlenost“, ale přirozená věc, kterou si náš národ začíná uvědomovat. Éra domácích kutilů z minulého režimu prostě neodvratně končí.

Zmínil jste kradení hudby. Předpokládám, že další revoluční produkty Apple: App Store, iTunes Store a iBooks Store, hodnotíte velmi kladně...

To předpokládáte správně. Konečně jsme ušli krok dopředu, dříve totiž v České republice nebyla možnost legálně stahovat hudbu, knihy a aplikace. Navíc je to dnes mnohem jednodušší, jediným kliknutím si poslechnu ukázkou a dalším pak požadovaný obsah koupím. Já sám jsem v těchto „obchodech“ utratil dost velkou sumu, ale ani jedné

koruny nelituji, rád podpořím dobrou věc, která má smysl. V zahraničí je to běžné, ale Češi jsou v tomto ještě obezřetní, obracejí každou korunu, a když si něco mohou pořídit zadarmo, tak proč by platili. Já osobně si ale rád zaplatím za kvalitní obsah, bez rizika a z pohodlí domova.

A myslíte, že se náš „český“ přístup změní?

Doufám v to...

Děkuji vám za rozhovor.

RECENZE

iPad 3: tablet s ohromujícím displejem

Považuji za nutné hned v úvodu říci, že jsem vlastníkem iPadu už od jeho první generace. Tak jako byl iPad 2 vůči prvnímu iPadu velký posun kupředu, je i nový iPad jistým evolučním krokem. V tomto případě opravdu evolučním, nikoli revolučním.



Zdroj: http://www.ifotovideo.cz/rubriky/prislusenstvi/multimedia/apple-ipad-3-hd_4617.html

Nový iPad byste od staršího jen stěží rozeznali, i když patrné rozdíly zde jsou. Nový iPad vyšším zaoblením na zadní straně působí při držení přirozeněji. Už iPad 2 se při tloušťce časopisu velice příjemně držel, nicméně vyšší radius zaoblení zadní stěny tento pocit umocňuje. Dle papírových údajů je nový iPad o 0,6 mm tlustší, ale tohoto faktu si vůbec nevšimnete. Zato pocítíte vyšší váhu, nový tablet je o 50 g těžší. Toto navýšení váhy je zapříčiněno

zvětšením baterie, která má nyní dvojnásobnou kapacitu. Výdrž je ovšem stále jen deset hodin. Proč?

Po zapnutí iPadu vás ohromí display. Dá se říci, že nový display je vším, co vás bude zajímat. Každá křivka, každé písmeno, každá barva je doslova perfektní. Displej využívá technologie Retina, což znamená čtyřnásobné navýšení hustoty obrazových bodů.

Naformátováno: Doleva, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Představení: 0,7 cm,
Mezera Před: 0 b., Za: 0 b.,
Řádkování: jednoduché

Desetipalcový iPad tak disponuje daleko vyšším rozlišením než Full HD televize. Zážitek z displeje je nepopsatelný. Jenže displej je právě oním důvodem, proč má iPad stále stejnou výdrž baterie. Display s tak extrémním rozlišením logicky spotřebuje více energie pro své podsvícení. To je i důvod, proč působí tepleji, než jeho starší bratříček iPad 2. Vyšší odběry energie znamenají zahřívání. V tomto případě ale nejde o nic na škodu. Celkový dojem z těla nového iPadu a jeho teploty mám příjemný.

Mezi další novinky patří pět megapixelová iSight kamera, která užívá technologii rozšířené optiky z iPhone 4S, díky které přijímá více světla, a snímky jsou tak živější a ostřejší. Natáčení 1080p videa je tak jasným standardem. Při natáčení videí je také velice příjemná funkce stabilizace obrazu. iPad přece jen nějakou váhu má a jen těžko se dá udržet při natáčení videa zcela v klidu. Tuto funkci jistě oceníte i při natáčení za chůze.

O dostatečný výkon pro nový Retina displej se postará čip Apple A5X. Je až o 50% silnější než předchozí generace, ale je třeba vzít v úvahu, že spousta tohoto výkonu ukousne právě displej.

Co se týče softwarového vybavení, Apple představil spolu s novým iPadem i další verzi operačního systému iOS 5.1. Ten přináší pár drobných vylepšení pod kapotou, podporu Retina displeje a přepracovaný vzhled aplikace Fotoaparát. Nákup aplikací, hudby, filmů a knih probíhá stále přes App Store, iTunes Store a iBooks Store. Nákupy jedním kliknutím jsou jednoduché a příjemné. Novinkou je propojení se službou iCloud, která shromažďuje mé fotografie, hudbu, filmy, dokumenty, knihy a posílá je do všech mých zařízení, a to zcela automaticky. Potěší také automatické zálohy na servery iCloud, kdy vím, že iPad je stále v bezpečí a kdykoli jej můžu z této zálohy obnovit.

Celkový dojem z iPadu 3. generace mám velice příjemný. Byla jsem ohromená jemností displeje a příjemným držením nového těla, které vypadá na první pohled k nerozeznání od předchozí generace. Co mě však nepotěšilo je navýšení váhy. Je to jen 50g, ale i ty jdou v ruce poznat. Zvláště pak po delším užívání. Nový iPad s Retina displejem, službou iCloud, obchody App Store, iTunes Store a iBooks Store z mého pohledu nemá na trhu obstožného protivníka. Apple nikdy nebyla jen společnost, která prodávala „železo“, nýbrž celkové řešení. iPad mi toto řešení nabízí bez jakýchkoli starostí.

5 Závěr

Ve smyslu zadání byl ve třech částech práce zpracován vývoj společnosti Apple od jejího založení až po současnost, vznik produktů této značky a popsán život inovátora a spoluzakladatele firmy Steva Jobse. Cílem práce dále bylo podat ucelený vhled do oblasti strategického managementu ve společnosti Apple a především odkrýt tajemství inovací této společnosti s průlomovým úspěchem.

Ten, kdo v podnikání neinovuje a nepoužije vhodné strategie, má malou šanci na trhu přežít, protože konkurence je silná a vítězí jen ten, kdo nejlépe uspokojí potřeby zákazníka, protože právě uspokojení jeho potřeby by měly být prvořadým cílem každé firmy.

Společnost Apple zažehla průmyslovou revoluci v podobě několika zařízení, o kterých by si nikdo nemyslel, že jednou spatří světlo světa. Přesto Apple ve skutečnosti nemá žádný speciální a ověřený systém postupů a metodik pro inovování svých produktů, jak vyplývá z této práce. Klíčem k inovacím ve společnosti Apple jsou interní kulturní hodnoty, ze kterých vychází nepsaná pravidla pro vývoj produktů. Obrovský kus úspěchu firmy Apple je zásluhou Steva Jobse, který právě tyto hodnoty od počátku propagoval. Jobsova genialita, vášeň a energie byla zdrojem nespočetných inovací, které obohacují a zkvalitňují životy nás všech.

Co se týče strategií, společnost Apple se vždy orientovala na uspokojení potřeb zákazníka. Uživatelům svých produktů nabízí kvalitu, originální design výrobků a jejich jednoduché intuitivní ovládání. K propagaci svých produktů využívá reklamní kampaně, které jsou snadno zapamatovatelné, jednoduché a legendární. Za těmito strategiemi stál rovněž Steve Jobs. Z ankety vyplývá, že společnost Apple reprezentuje právě jméno Steva Jobse a ačkoliv respondenti ve větší míře sami nevlastní zařízení značky Apple, považují je za kvalitní a inovativní. Z interview se lze dozvědět, jaký výrobek se v České republice momentálně těší největší oblibě, a naopak, proč se zde produkty Apple příliš neprodávají.

Zda bude společnost Apple i nadále, po smrti největšího vizionáře světa, obohacovat naše životy o další produkty nabitě nejnovější technologií, to je otázkou času. Pevně však doufám, že společnost bude nadále následovat původní myšlenky a hodnoty firmy, která se zrodila v garáži s touhou ohromit svět.

Seznam použité literatury

Odborná literatura

DYTRT, Zdeněk. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing, 2006. 144 s. ISBN 80-86851-45-1.

FRANKOVÁ, Emilie. *Kreativita a inovace v organizaci*. Praha: Grada Publishing, 2011. 256 s. ISBN 978-80-247-3317-3.

GALLO, Carmine. *Tajemství inovací Steva Jobse*. Přeložil Jiří Huf. ~~Brno: Computer~~
Computer Press, 2011. 312 s. ISBN 978-80-251-3444-3.

ISAACSON, Walter. *Steve Jobs*. Přeložily Dana Šimonová a Bronislava Bartoňová. ~~Praha~~
~~:Praha~~Praha: Práh, 2011. 678 s. ISBN 978-80-7252-352-8.

KAHNEY, Leander. *Jak myslí Steve Jobs*. Přeložila Libuše Michelská. ~~Brno:~~
~~Computer~~Brno: Computer Press, 2009. 304 s. ISBN 978-80-251-2794-0.

KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie*. Přeložila Věra Foltýnová. Brno: Computer Press, 2011. 300 s. ISBN 978-80-251-2725-4.

Elektronické zdroje

5 hlavních inovačních typů. *CzechInno.cz* [online]. [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z:
<http://www.czechinno.cz/inovace/definice-inovace/5-hlavnich-inovacnich-typu.aspx>.

BINDER, Petr. iPod a jeho historie. *Jabličkář.cz* [online]. 25. 9. 2010 [cit. 25. 4. 2012].
Dostupný z: <http://jablickar.cz/historie-ipodu/>.

DERNBACH, Christoph. Apple I and Apple II. *Mac History.net* [online]. 25. 5. 2008 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://www.mac-history.net/computer-history/2008-05-25/apple-i-and-apple-ii>.

HAYAT, Al. Steve Jobs is a biological Arab-American with roots in Syria. *YALIBNAN.com* [online]. 28. 2. 2011 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z:
<http://www.yalibnan.com/2011/02/28/steve-jobs-is-a-biological-arab-american-with-roots-in-syria-apple/>.

HOLZMAN, Ondřej. Před 28 lety Steve Jobs představil Macintosh. *Jabličkář.cz* [online]. 24. 1. 2012 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://jablickar.cz/pred-28-lety-steve-jobs-predstavil-macintosh/>.

JANOÚŠ, Marek. Je Steve Jobs nahraditelný? *CHIP.cz* [online]. 28. 8. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.chip.cz/clanky/trendy/2011/08/steve-jobs-nahraditelný/article_view?b_start:int=0&-C=.

KADLEC, Marian. Odchod Steva Jobse z Apple Computer Inc. *ČeskýMac.cz* [online]. 23. 3. 2012 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.ceskymac.cz/1985-odchod-steva-jobse-z-apple-computer-inc/>.

LUDVÍK Jan, MORAVEC Luděk. Co je to strategie? Konceptualizace pojmu a model pro využití v bezpečnostní strategii ČR. *Defence&Strategy.eu* [online]. 15. 6. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.defenceandstrategy.eu/cs/aktualni-cislo-1-2011/clanky/co-je-to-strategie-konceptualizace-pojmu-a-model-pro-vyuziti-v-bezpecnostni-strategii-cr.html>.

OLIVO, Marco. Think different campaign. *Marco Olivo.net* [online]. 9. 4. 2011 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://olivo.net/2011/04/think-different-campaign/>.

ŠTĚFEK, Petr. Steve Jobs: Život a smrt fenoménu. *SVĚTHARDWARE.cz* [online]. 14. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: http://www.svethardware.cz/art_doc-47B1D3D4B32AF30AC12579290001A3B6.html.

TESAŘOVÁ Hana. Umíte poznat hodnotu a potenciál inovace a inovačního prostředí? *INOVACE.CZ* [online]. 19. 7. 2008 [cit. 25. 4. 2012]. Dostupný z: <http://www.inovace.cz/novinky/528-umite-poznat-hodnotu-a-potencial-inovace-a-inovacniho-prostredi>.

Tisková zpráva společnosti Apple ze dne 5. 10. 2011. *Apple.com* [online]. 5. 10. 2011 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://images.apple.com/cz/pr/library/2011/10/05Apple-Media-Advisory.pdf>.

Tisková zpráva společnosti Apple ze dne 24. 1. 2012. *Apple.com* [online]. 24. 1. 2012 [cit. 25. 4. 2012] Dostupný z: <http://images.apple.com/cz/pr/library/2012/01/24Apple-Reports-First-Quarter-Results.pdf>.

|

Seznam zkratek

AAR – Apple Authorised Reseller

APR – Apple Premium Reseller

CEO – Chief Executive Officer (výkonný ředitel)

GUI – grafické uživatelské rozhraní

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že:

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2012

.....

Kateřina Pomykalová

|

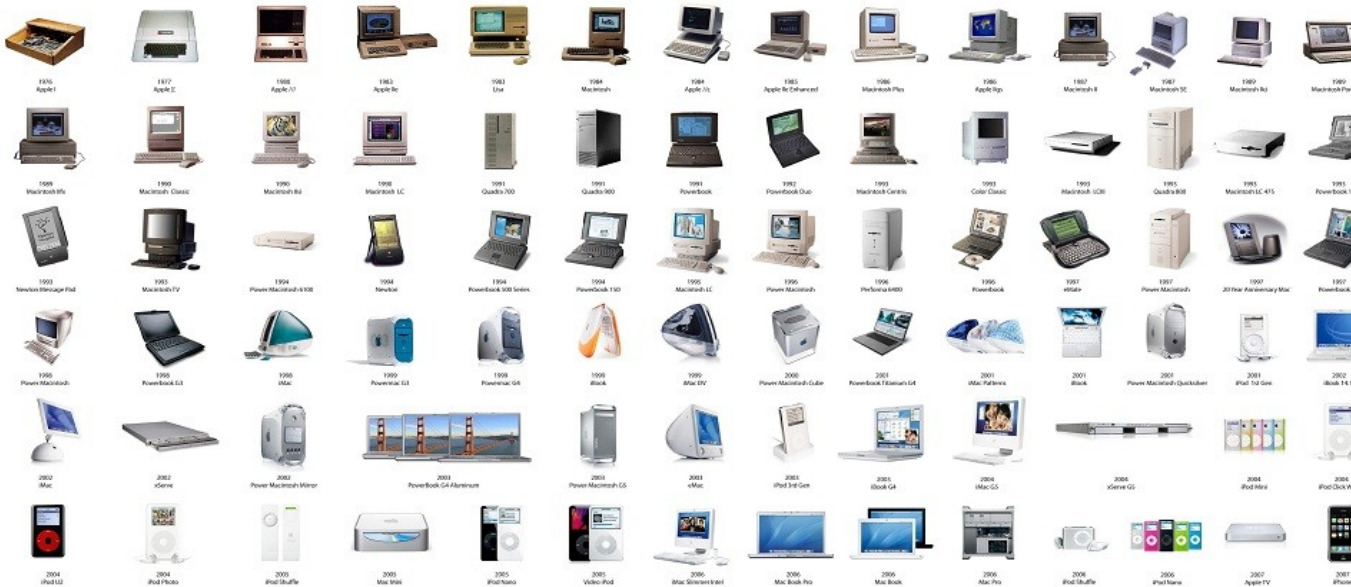
Seznam příloh

Příloha č. 1 Logo společnosti Apple

Příloha č. 2 Vývoj produktů společnosti Apple

Naformátováno: Nadpis 4, Odsazení:
Vlevo: 0 cm, Předšazení: 1,52 cm

Apple Form Factor Evolution 1976 through 2007



Misc. Apple Accessories



Naformátováno: Bez podtržení, Barva písma: Automatická

Naformátováno: Normální

Naformátováno: Začátek oddílu: Nová stránka